

ХЕЛЬСИНКСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Коммуникация в кри- зисных ситуациях

Риторический анализ языка СМИ при
сообщении об экстремальных собы-
тиях

Olga Koistinen
Pro gradu -tutkielma
Venäjän kieli ja kirjallisuus
Kielten osasto
Helsingin yliopisto
Huhtikuu 2020



Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Humanistinen tiedekunta		
Tekijä – Författare – Author Olga Koistinen		
Työn nimi – Arbetets titel – Title Kommunikazia v krizisnih situaziah. Ritoričeskij analiz jazyka SMI pri soobshenii ob ekstremalnih sobitijah.		
Oppiaine – Läroämne – Subject Venäjän kieli ja kirjallisuus, venäjä vieraana kielenä		
Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu -tutkielma	Aika – Datum – Month and year Huhtikuu 2020	Sivumäärä– Sidoantal – Number of pages 69
Tiivistelmä – Referat – Abstract		
<p>Pro gradu -tutkielman tarkoituksena on tarkastella kriisiviestinnän keinoja venäläisessä lehdistössä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää vaikuttaako kriisitilanteen syy siihen, millaisia retorisia keinoja siitä uutisoitaessa käytetään sekä voiko löytää retoristen tai muiden tyyliseikkojen yhtäläisyyksiä eri kriisitilanteista uutisoitaessa.</p> <p>Tutkimusmateriaalina on ”Moskovskii komsomolez” -lehti ja siinä oleva uutisointi kahdesta Venäjän lähihistorian aikana tapahtuneesta kriisitilanteesta. Nämä kriisitilanteet ovat 7.4.2017 Pietarin metrossa tapahtunut terrori-isku ja 25.3.-26.3.2018 Kemerovon ostoskeskuksessa sattunut tulipalo. Terrori-iskun syy on luonteeltaan poliittinen ja tulipalo on luokiteltu tahattomaksi onnettomuudeksi. Tutkimuksen hypoteesina on se, että poliittinen kriisi saa enemmän näkyvyyttä lehdistössä ja siitä uutisoitaessa käytetään erilaisia retorisia keinoja, kuin onnettomuudesta uutisoitaessa. Tutkimusaineisto koostuu molempien tapahtumien osalta noin viikon ajanjaksosta tapahtuneen kriisin jälkeen.</p> <p>Tutkimus koostuu kahdesta osasta. Ensimmäisessä osassa tutkimusaineistosta poimittiin 48 esimerkkiä, jotka analysoitiin retorisen analyysin avulla. Tarkastelu keskittyy viiteen eri retoriseen keinoon; joita ovat metafora, analogia, rinnastus, retorinen kysymys sekä henkilökohtainen kokemus. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, missä yhteydessä ja millä tavoin näitä keinoja on käytetty sekä verrata käyttöä kahden erilaisen kriisitilanteen välillä. Tutkimuksen toinen osa keskittyy tarkastelemaan kriisiuutisen kokonaisvaltaisempaa uutisointia sen koko elinkaaren aikana. Tämän tutkimuksen teoreettisena pohjana on kriisiviestinnän teoria ja se, että kriisiuutisointi rakentuu neljälle eri kirjallisuuslajin käytölle. Nämä lajit ovat esiintymisjärjestyksessä: eepinen, dramaattinen, lyyrinen sekä didaktinen. Tutkimuksen toinen osa tehtiin tarkastelemalla aineistoa ja poimimalla siitä esimerkkejä kustakin kirjallisuuslajista. Osana näitä lajeja pidetään myös valokuvia ja esimerkkinä kustakin lajista tutkimusaineistosta poimittiin 4 valokuvaa tarkempaan analyysiin.</p> <p>Tutkimus näyttää, että kriisiviestinnässä on eroja riippuen kriisin syyn taustatekijöistä. Eroavaisuudet näkyvät kuitenkin enemmän uutisten teemoissa, diskursseissa sekä kehyksissä eikä niinkään yksittäisissä retorisissa keinoissa. Tutkimuksen ensimmäisessä osassa tehdyn retorisen analyysin avulla ei pystynyt osoittamaan konkreettisia eroja kriisiviestinnän keinoissa. Toisen osan analyysi keskittyi tarkastelemaan kokonaisvaltaisempaa lähestymistapaa kriisiuutisen rakentamisessa ja sen perusteella voidaan todeta, että kriisiuutisen elinkaari noudattaa samaa kaavaa kriisin syystä riippumatta. Tutkimuksen johtopäätös on se, että retorinen analyysi tarvitsee rinnalleen toisen tutkimusmetodin, jonka avulla tutkimuskysymystä voi tarkastella kokonaisvaltaisemmin, ottaen huomioon myös yhteiskunnalliset, kulttuuriset sekä poliittiset tekijät kriisin syyn ja seurausten käsittelyssä. Tällainen rinnakkainen metodi voi olla kehysanalyysi, joka on tämän tutkimuksen seuraava askel.</p>		
Avainsanat – Nyckelord – Keywords Kriisiviestintä, retorinen analyysi, joukkotiedotusvälineet, media, uutinen, kirjallisuuslajit, Venäjä		
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Keskustakampanin kirjasto		
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information Työn nimi suomeksi: Kriisiviestintä. Joukkotiedotusvälineiden kielenkäytön retorinen analyysi kriisitilanteissa.		

Оглавление

1. Введение	5
2. Теория кризисной коммуникации.....	7
2.1 Кризисная коммуникация и СМИ.....	8
2.2 Сообщение о кризисе	9
2.3 Кризисные ситуации	11
2.4 Управление кризисом.....	12
3. Исторический контекст русских СМИ	15
3.1 Отношение между СМИ и политики в России	15
3.2 Развитие медиасреды в России после развала СССР.....	16
3.3 Нынешняя ситуация в сфере СМИ	19
4. Язык средств массовой информации	20
4.1 Структура и характеристика языка СМИ.....	21
4.2 Роль автора в публицистике	22
4.3 Коллективное авторство	23
4.4 Политический идентитет автора	23
5. Методы исследования	25
5.1 Риторический анализ.....	25
5.2 Литературные жанры в языке СМИ при сообщении о кризисе.....	29
6. Сбор и критерии выбора материала из «Интегрума»	30
6.1 Цель нашего исследования	31
7. Анализ материала	33
7.1 «Московский комсомолец»	33
7.1.1 Теракт 7.4.2017 в Санкт-Петербурге	34
7.1.1.1 Метафора.....	34
7.1.1.2 Аналогия.....	38
7.1.1.3 Сопоставление	40
7.1.1.4 Риторический вопрос	42
7.1.1.5 Личный опыт.....	43
7.1.2 Пожар 25.3.-26.3.2018 в Кемерово	45
7.1.2.1 Метафора.....	45
7.1.2.2 Аналогия.....	47
7.1.2.3 Сопоставление	48
7.1.2.4 Риторический вопрос	49
7.1.2.5 Личный опыт.....	51
8. Литературные жанры в новостях о кризисе.....	53
8.1 Эпический жанр.....	53
8.2 Драматический жанр	55
8.3 Лирический жанр.....	57
8.4 Дидактический жанр	58
9. Результаты исследования.....	60

10. Заключение.....	66
Список использованной литературы	68
Источники.....	68
Словари.....	69

1. Введение

Понятие коммуникации имеет многосторонний характер, и эту тему можно обсуждать и исследовать с разных точек зрения. Влияние коммуникации на общественное мнение и политический дискурс в нашем сообществе растут из-за увеличения роли средств массовой информации, а также большой распространенности социальной медиа. Можно сказать, что коммуникация во всех ее разновидностях является очень актуальной сферой исследования. Кризисная коммуникация является особым жанром коммуникации, и именно этот жанр будет исследован и проанализирован в нашей дипломной работе. Целью исследования этой дипломной работы является анализ языка в случаях кризисной коммуникации в средствах массовой информации, а точнее в газете «Московский комсомолец» при сообщении о двух экстремальных событиях в России. Методом исследования будет риторический анализ, также нами будут исследоваться разновидности литературных жанров и их изменение в течение самого критичного времени сообщения о кризисной ситуации.

Наше исследование работы состоит из анализа разновидностей риторических приемов в сообщениях о кризисных ситуациях в русской прессе. Для нашего анализа выбраны две кризисные ситуации, которые имеют разные причины. Первая ситуация – это взрыв в метро Санкт-Петербурга 3.4.2017 на перегоне между станциями «Сенная площадь» и «Технологический институт». Причиной этой кризисной ситуации стал теракт, в котором пострадали 103 человека, из которых 16 погибли, в их числе предполагаемый исполнитель теракта. Вторая кризисная ситуация – это пожар в торгово-развлекательном комплексе «Зимняя вишня» города Кемерово 25-26.3.2018 года. В результате пожара погибло 60 человек, из них 37 дети.

Нас интересует исследование того, как различаются или не различаются языковые приемы, использованные в прессе при сообщении о разных типах кризисов. Каким приемом строится дискурс в русской прессе при сообщении о теракте, причиной которого является политический мотив террориста, или о несчастном случае, причина которого на первый взгляд неизвестна. Также мы обратим внимание в нашем исследовании, влияет ли политический взгляд редакции газеты на то, как и каким образом в газете сообщается о кризисе определенного характера. Нас интересует, как влияет причина кризиса на использование

риторических приемов, например: подобранные слова, литературный жанр, лексикон и другие языковые аспекты, использованные в СМИ. Нас также интересует возможная зависимость между причиной кризиса, количеством потерпевших и масштабом сообщений, опубликованных об этой ситуации. Наша гипотеза состоит в том, что количество жертв не влияет на масштаб сообщений о данной кризисной ситуации, возможный политический мотив совершившего теракт интересует прессу в наибольшей степени.

В начале работы мы расскажем о теории кризисной коммуникации, также мы подробнее опишем разные уровни и методы сообщения об этом, представим разные кризисные ситуации и их разновидности не только в объяснении причин, но в последствий с учетом разных потребностей коммуникации.

Далее нами будет проведен обзор контекста истории российской политики и последствия резких политических изменений в российских СМИ после развала СССР. Нас интересует новейшая история России и исследования политических обстоятельств, которые сильно повлияли на все сообщество России, в том числе на СМИ. Нас интересуют особенности средств и методов воздействия СМИ в России, так как эти особенности создают богатую почву для исследования. Эта область исследования является, по нашему мнению, довольно многосторонней. Мы обнаружили, что русскоязычной исследовательской литературы на эту тему недостаточно, что явилось одной из причин выбора темы нашей дипломной работы.

В следующей главе мы расскажем о языке средств массовой информации, в том числе нами будут описаны структура и характер языка СМИ, роль автора и его политическая идентичность. Мы также расскажем о коллективном авторстве.

Прежде чем мы перейдем к описанию нашего материала и приступим к его анализу, нами будет представлен метод исследования, использованный в этой работы, – риторический анализ. Для риторического анализа мы остановим наше внимание на пяти риторических приемах: метафора, аналогия, сопоставление, риторический вопрос, а также личный опыт. Второй уровень проведенного нами анализа состоит из наблюдения корреляции стадии сообщения о кризисе и использованном на этой стадии определенного литературного жанра. Наша гипотеза состоит в том, что при сообщении о кризисе СМИ используют четыре литературных жанра, которые можно назвать риторическим приемом воздействия на

публику. Вот эти жанры: эпический, драматический, лирический и дидактический жанр. У каждого из них есть своя цель воздействия на публику. В конце нашей работы будет проведен анализ исследованного материала, а также будут представлены выводы и заключения работы.

2. Теория кризисной коммуникации

Кризисные ситуации имеют многосторонний характер, и кризисом считают, например, стихийные бедствия, политические, экономические или экологические феномены, общее качество которых – это приемность генерировать значительное изменение в сообществе. Изменение, причиной которого является тот или иной кризис, может иметь разрушительную силу, но изменения может также быть конструктивным и принести какое-то развитие и обновление в обществе, культуре или политике. Таким образом, понимание разных кризисов и их возможных последствий играет ключевую роль во время самого кризиса, но особенно при рассмотрении его последствий. Предотвратить или избежать все возможные экстремальные случаи невозможно, но избежать некоторых негативных последствий можно с помощью заранее выработанных методов предотвращения, особенно с помощью эффективных коммуникационных стратегий. (Sellnow and Seeger 2013: 4-10.)

Согласно Хухтала и Хакала (Huhtala & Hakala 2007: 13), кризис воспринимается через публичность, так как общественный кризис всегда требует общественных и публичных действий. Участниками таких общественных действий являются официальные лица и граждане. Медиа и СМИ можно тоже определить в качестве официальных участников, и, по нашему мнению, их роль и действия являются очень важными. Кризисы, как это уже упоминалось раньше, имеют междисциплинарный характер и кризисную коммуникацию, в том числе управление кризисами исследуются учеными разных областей. Некоторые исследователи аргументируют, что из-за своего междисциплинарного характера интеграция исследования и практический подход к кризисам, в том числе их последствий, является трудной задачей.

Как отмечают Селноу и Сигер (Sellnow & Seeger 2013: 4), теория кризисной коммуникации, рассматривает известия и конструкцию процесса сообщения во всех ее формах человеческой коммуникации, одной отраслью этого

исследования является координация во время и после кризисной ситуации. Структура теоретического подхода к кризису не проста, из-за непредсказуемого характера таких событий. Хотя у всех кризисов есть какие-то общие черты, в большинстве они являются полностью уникальными и непредсказуемыми. Но, ученые и исследователи кризисов, в том числе кризисной коммуникации, стремятся обнаружить закономерности, а также возможные совместные черты уникальных кризисных событий.

Понятие кризисной коммуникации, как ее описывают Хухтала и Хакала (Huhtala & Hakala 2007: 30), подразумевает перенос информации, построение коллективности и распространение новостей. На данный момент существуют разные приемы действий в зависимости от типа кризисной ситуации, которые разработаны учеными именно для определенной категории кризиса, в том числе теории предостережения, приемы эвакуации и приемы исследования после произошедшего события.

При исследовании разных кризисных ситуаций, их причин и последствий, ученые пользуются разными теоретическими подходами к исследованию. Некоторые ученые стремятся создать теорию, включающую в себя все события, которые можно назвать кризисами, такой этот подход к исследованию кризисов называется «*hazard approach*». Этот подход подразумевает, что у всех кризисных событий есть общие элементы к примеру, угроза, неуверенность о последствиях, а также нужда в срочной информации не только потерпевшим и их близким, но и другим гражданам, так как неуверенность и страх, создают панику. Подход «*hazard approach*» предполагает также, что в кризисных ситуациях необходимо давать одинаковые ответы публике. (Sellnow and Seeger 2013: 15-18.)

2.1 Кризисная коммуникация и СМИ

Жизненный цикл новостей о кризисных ситуациях короток (Huhtala & Hakala 2007: 39). СМИ постоянно ищут новые события, потому что в медиасреде велика охота за последними новостями. Поэтому даже самые большие новости о кризисах «забываются» довольно быстро. (Korpiola 2011: 22.)

Социальные сети не могут заменить роль публицистики в сообщениях о кризисных ситуациях. Когда публика задает такие вопросы, как «Почему?», «Какие последствия?», «Кто виноват?», роль и задача СМИ становится особенно

важной. Именно на эти вопросы и ищут ответы профессиональные журналисты. (Korpiola 2011: 23.)

Райттила (Raittila 1996: 92) пишет о психических реакциях самих журналистов. Он говорит о том, что в некоторых ситуациях важно, чтобы и репортеры могли говорить с коллегами или профессионалами о своих чувствах и реакциях после кризиса. По определению Большого толкового словаря русского языка (БТСРЯ s.v. Репортер, s.v. Журналист), репортер – это «сотрудник газеты, журнала, радио, телевидения, пишущий или передающий репортажи», а журналист – это «профессиональный литературный работник, занимающийся журналистикой».

Экстремальное событие, или кризисная ситуация, – это понятие, закреплённое в массовом и индивидуальном сознании (Пронина 2015: 1). Пронина (там же) пишет, что основная проблема, по мнению многих ученых, это приемность СМИ воспроизводить стереотипы, которые разделяют людей и народы. СМИ – это средства массовой информации; телевидение, радио и газеты. Медиа – это СМИ, а также социальные сети. (Korpiola 2011: 23)

Кроме моральной обязанности сообщать публике о событиях правдиво СМИ имеют и другие задачи, которые могут зависеть от коммерческих или политических целей. Но не нужно забывать, что многие СМИ, к примеру газеты, это частные организации, главная цель которых – получать прибыль. (Freedman 2008: 147.)

2.2 Сообщение о кризисе

Контроль в кризисных и экстремальных ситуациях – это приемность принимать соответствующие быстрые решения. Независимо от характера или масштаба кризиса, кризисная ситуация всегда требует быстрых действий. В кризисе важными являются также сообщения и коммуникация о случившемся. (Huhtala & Nakala 2007: 13ю)

Согласно Сильверстону (Silverstone 2011: 76), несмотря на уникальность катастрофы, кризисную коммуникацию и ее взаимоотношения со СМИ нельзя рассматривать только в самые первые и критические моменты сообщения о случившемся. Публике необходимо более масштабно осознавать свое отношение к СМИ и к тому, как медиа представляет нам, к примеру мир, экстремальные

события, другие культуры и других людей. Другими словами, по нашему мнению, Сильверстон полагает, что публике необходимо относиться к прессе и содержанию в СМИ критически. Таким образом у публики создается более широкое понимание окружающего мира, к которому иначе невозможно иметь доступ.

Кризисные ситуации бывают разнообразными. В каждой из этих ситуаций самым важным является то, что потерпевшие и их близкие получают актуальную информацию о случившемся. Информация должна быть надежной и сообщения о кризисе должны происходить как можно быстрее. В кризисных ситуациях большого масштаба, к примеру, при терактах, важной является коммуникация и сообщение не только с близкими потерпевших, но и с гражданами всей страны или даже мира (Huhtala & Nakala 2007: 13–14.).

Кризисная коммуникация во многом отличается от других видов коммуникаций. Кризисы, которые касаются всего общества, всегда имеют публичные и политические аспекты. В таких ситуациях действующими лицами являются государственные органы и граждане. Средства массовой информации играют в этих случаях большую роль. (там же.)

Средства и стиль сообщений о кризисе довольно существенно изменились за последние десятилетия. Салли Хакала (Huhtala & Nakala 2007: 21) описывает шесть переломных периодов и изменений в принципах кризисной коммуникации в Финляндии после советско-финской войны 1939-1940 годов:

1. Сообщение о кризисе (фин. *kriisitiedotus*) 1939–1951 гг.
2. Тишина государственного управления (фин. *julkishallinnon hiljaiselo*) 1952–1964 гг.
3. Активное информирование государства всеобщего благосостояния (фин. *hyvinvointivaltion aktiivinen tiedotus*) 1965–1972 гг.
4. Клиентоориентированная информация (фин. *asiakaslähtöinen yhteiskuntainformaatio*) 1972–1987 гг.
5. Открытость государственного управления (фин. *julkishallinnon avoimuus*) с 1987 г.
6. От сообщения к стратегической коммуникации (фин. *tiedottamisesta strategiseen viestintään*) с 2005 г.

Изменения в методах и принципах коммуникации довольно ясны, так как за последние десятилетия развитие шло от пассивного сообщения к более активной стратегической коммуникации. Роль, а также власть СМИ растет все быстрее и быстрее, и удачная кризисная коммуникация требует осознания этого. Важно также не забывать, что главная задача журналиста – быть критичным и сомневаться во всем. (Korpiola 2011: 29.) В главе 3 мы опишем более подробно исторический контекст российской медиа.

2.3 Кризисные ситуации

Кризисная ситуация – это ситуация с повышенной напряженностью и также необычная по трудности и сложности (Пронина 2015: 1). Хухтала и Хакала (Huhtala & Hakala 2007: 13) описывают кризис, или экстремальное событие, как ситуацию, в которой что-то нежелательное уже случилось, но существует также возможность, что произойдет что-нибудь более плохое. Экстремальные события или кризисы разнообразны по характеру, но две особенности у них являются общими – это неожиданность и нужда в быстрых решениях и сообщении о случившемся. (Там же: 14.)

В кризисных ситуациях нужда в информации и коммуникации повышается, потому что гражданам нужно знать о происшедшем независимо от того, находятся ли они на месте кризиса или следят за событиями дома по телевизору или Интернету (там же: 17). Граждане ждут от государственных органов при кризисе в первую очередь спасательных действий, но также сообщение и информацию о происшедшем.

Согласно Боину (Boin: 2005), у публичных лидеров есть ответственность защищать сообщество от невыгодных последствий кризисов. В кризисе существуют разные уровни, которые необходимо учитывать, в том числе уровень выживания, активный уровень и уровень последствий. Политики, чиновники и другие официальные лица устанавливают определенные действия при управлении в кризисных ситуациях. Действия соответствуют разным стадиям кризиса, к примеру, действия предотвращения, уменьшения последствий, принятие решений и возвращение к нормальному режиму.

Хухтала и Хакала (2007: 16-17) описывают три разновидности кризисных ситуаций: стихийные бедствия, несчастные случаи, а также эпидемии и пандемии. Рассмотрим теперь каждую категорию подробнее.

Стихийные бедствия, это природные катастрофы, к примеру, цунами или землетрясение, требуют, в первую очередь, срочных спасательных мер. В этих случаях требуются также быстрые действия государственных органов, хороший кризисный контроль и, конечно, эффективная коммуникация. Все эти действия спасают жизни и уменьшают также другие потери. Коммуникация должна быть в этих ситуациях прямая, быстрая и хорошо организованная.

Несчастные случаи, причиной которых являются человеческие действия, делятся на умышленные и неумышленные происшествия (Huhtala & Nakala 2007: 16). Умышленными являются, например, теракты, а неумышленными – такие несчастные случаи, причиной которых является человеческая или техническая ошибка. В этих ситуациях, кроме спасательных мер, одновременно начинается уголовное расследование (там же). Конечно, в таких ситуациях это влияет и на коммуникацию, так как до окончательного расследования все известное о происшедшем нельзя объявлять в прессе публично (Huhtala & Nakala 2007: 16).

Эпидемии и пандемии, к примеру, SARS или Эбола – это инфекционные заболевания, которые распространяются на территории всей страны или даже многих стран мира (Huhtala & Nakala 2007: 16). В таких ситуациях кризисное управление требует от кризисной коммуникации большой публичности еще до начала возможной пандемии. В этих ситуациях часто появляется проблема, как можно эффективно сообщить о грозящем так, чтобы не началась паника (там же: 16).

В следующей главе мы расскажем о разных средствах управления кризисом, а также опишем более подробно, какие действия требуются от политиков или представителей государственных органов в этой ситуации.

2.4 Управление кризисом

Бойн (Boin, 2005: 10-16) описывает пять разных задач, о которых политикам надо помнить, когда им приходится сообщать публике о случившемся кризисе. Первая задача политического лидера, по Боину (там же), это «*sense making*», осмысление случившегося. Кризисная ситуация часто является следствием процесса. Важная задача политиков состоит в распознавании в противоречивых

сигналах того, что может быть экстраординарным происшествием. Политикам необходимо оценить угрозу возможного кризиса и принять решение, с чем этот кризис связан. Важным является также определение того, к кому или к чему относится угроза кризиса. Политикам необходимо оценить операционные и стратегические параметры, и прогнозировать дальнейшее развитие кризиса. В процессе осмысления кризиса большое значение имеет приемность отличить важные сигналы от шума и хаоса. На самой ранней стадии трудно построить надежную схему того, что и почему происходит.

Второй задачей, по описанию Бойна (там же: 12), является «*decision making*» — принятие решений. Принятие решений — это естественная часть политической деятельности, но в кризисных обстоятельствах трудность состоит в том, что ограничены источники и время, одновременно существует сильное внешнее давление для получения отчета о том, что происходит. Кризисные ситуации заставляют глав государств сталкиваться с необычными феноменами и вещами, которые для них необычны. Принятие решений в кризисных ситуациях может содержать трудные в моральном смысле решения или политические риски. Боин (там же) отмечает, что реагирование на кризис всегда зависит от институционального контекста, в котором принимаются решения. Эффективное реагирование на кризис требует взаимодействия и межправительственной координации. Управление кризисом, в том числе кризисная коммуникация, требует от политика гибкости, импровизации, экстремальности, а иногда даже нарушения правил. Боин (там же) аргументирует, что согласование и координация являются основными приемами предотвращения неправильной коммуникации.

Третий шаг, по описанию Бойна (там же: 14), — это «*meaning making*», создание значимости произошедшей ситуации. Как уже говорилось раньше, у политиков есть ответственность перед сообществом и гражданами в кризисных ситуациях, они должны сообщить и подтвердить то, какие меры будут приняты для защиты интересов и безопасности общества. Трудность кризисной коммуникации состоит в том, что во время кризиса существует огромное количество неутвержденных данных и неправильной информации. Кризисная коммуникация часто сталкивается с риском снабжения публики неправильной и неактуальной картиной происходящего. Особенная трудность состоит в том, что публика требует и нуждается в быстром и актуальном сообщении о кризисе, так как последствия происшедшего могут касаться многих. Часто у публики есть недоверие к

тому, что представители властей правдиво и актуально сообщают о кризисных ситуациях.

Процесс осмысления состоит из разных стадий. Во-первых, правительству необходимо уменьшить неуверенность в произошедшей ситуации и создать отчет о ситуации, в том числе то, какие меры будут приняты в дальнейшем. После осмысления, задача правительства состоит в том, чтобы убедить публику согласиться со предложенным определением кризисной ситуации. Политики и главы стран не являются единственными, кто пытается создать какие-то рамки определенного кризиса. Медиа и СМИ строят свои интерпретации кризиса, и в некоторых случаях медиа, а не политик, доминирует в процессе осмысления. Но как аргументируют некоторые исследователи, кредит доверия политика повышает качество сообщения о кризисе. Успешная кризисная коммуникация является необходимой для дальнейших мер.

Окончание «terminating» кризисной ситуации, по Боину (там же), означает возврат от чрезвычайного к рутинному распорядку. Окончание кризиса происходит на двух уровнях. Первый уровень, это сокращение кризисных операций и второй уровень, это состав отчета о произошедшем и так же смирение с произошедшим. На институциональном уровне окончание кризиса требует политического отчета о случившемся. Трудность политиков на этой стадии состоит в том, чтобы не избегать ответственности за принятые ими решения и действия.

Последняя стадия, по Боина (там же), это стадия обучения, «*learning*». Каждый кризис дает возможность научиться чему-то для будущих кризисов. Кризисы становятся частью коллективной памяти сообщества и иногда целого поколения, они могут также стать источником исторических аналогий для будущих правителей. Поэтому можно смотреть на кризис, как на возможность для политиков научиться чему-то для дальнейшего.

Пять задач, описанных Боином, являются, по нашему мнению, идеалом, к которому можно стремиться. Но возможности их достижения зависят от многого, в том числе от политической обстановки в стране. В следующей главе мы сделаем краткий обзор исторического контекста России. Как мы определили, политическая обстановка сильно повлияла на развитие и роль СМИ в России.

3. Исторический контекст русских СМИ

В предыдущих главах нами был проведен обзор теории кризисной коммуникации. Мы определили важность роли СМИ при сообщениях о кризисе, а также важность правильных действий политических лидеров в этой ситуации. Так как объектом нашего исследования будут именно российские СМИ, необходимо более подробно рассмотреть исторический и политический контекст в России, так как именно эти обстоятельства имеют большое влияние на СМИ в стране.

3.1 Отношение между СМИ и политики в России

Количество академической литературы, которая исследует парадоксальный и особенный характер не только всего российского сообщества, но и позицию и роль средств массовой информации (СМИ) в России, растет по всему миру. Эта тема интересует исследователей разных сфер, так как она представляет возможность вести разные дискуссии и имеет довольно разнообразный характер. Утверждается, что невозможно исследовать медиа и СМИ в России, не учитывая политическую атмосферу в России. Влияние политики на СМИ в России будет описано подробнее далее в этой работе. По моему мнению, необходимо также учитывать исторический контекст и последствия распада Советского Союза, так как это сильно повлияло на роль и действенность СМИ и журналистов в России.

Невозможно отрицать того факта, что развал СССР и десятилетия после развала повлияли не только на развитие русского сообщества, но и на развитие русских СМИ. Одним из вопросов, которой интересует многих ученых, является идентификация последствий развала СССР в наше время. Некоторые ученые констатируют, что русские СМИ невозможно сравнивать с западными. Согласно Арутюнян (Arutunyan 2009: 1-2), СМИ в России часто сравнивают с западными. Концепция СМИ в западных странах связана с тем, что СМИ независимы от государственного контроля. Но, как подчеркивает Арутюнян (там же), понятие независимости СМИ в западных странах имеет относительный характер, так как западные СМИ подвержены сильному коммерческому и корпоративному влиянию. Фундаментальная разница между российскими и западными СМИ существовала с самого начала русской прессы в 1702 – русская пресса была в то время под государственным контролем и финансированием. В это

время в Европе публиковалось уже много не зависимые от государственного контроля частных газет. В XVIII веке в России не существовало частных газет, причиной чего представлял феодальный строй страны, самым большим препятствием для развития массового чтение газет или журналов в России являлась неграмотность крепостных крестьян. (Arutunyan 2009: 6.)

Другой взгляд на нынешнее состояние российских СМИ представляет Рудакова (Roudakova 2017: 218), которая констатирует, что нынешнее состояние российских СМИ является на данный момент еще более тяжелым, чем в разгар Холодной войны. Рудакова (там же) говорит о массовой манипуляции новостями в России, отсутствии ответственности государственной власти и их представителей в русских СМИ, а также о трудной ситуации журналистов, которые критично относятся к нынешней власти в России. По Рудаковой (там же), в русских СМИ и среди русских журналистов все больше и больше пропагандистов, которые относятся к правдивым фактам и проверки своих источников как к излишеству. Результатом нынешней ситуации, как их описывает Рудакова (там же), являются придуманные новости, угрозы и события, о которых сообщают на федеральном телевиденье и газетах по всей России.

По-моему мнению, многие исторические, политические, а также культурные обстоятельства повлияли на развитие русских СМИ и журналистики. В следующей главе будет описан коротко исторический контекст после развала СССР, и будет описано, как эти исторические и политические изменения повлияли на формирование русской журналистики и СМИ до нынешнего времени. Исторический контекст имеет большое значение для понимания действенности СМИ в России в данный момент.

3.2 Развитие медиасреды в России после развала СССР

Система СМИ и медиа, которые существуют в данный момент в России, родились в 1990 году после развала СССР. В 1991 году был принят закон «О средствах массовой информации». Это был нормативно-правовой акт, который регулировал отношения между участниками производства массовой информации в России. Главной целью закона о СМИ являлся запрет цензуры, а также создание юридических возможностей для учреждения и регистрации не зависящих от политических партий и государства газет, агентств новостей, теле- и

радиопрограмм. После принятия закона о СМИ медиа-культура в России значительно изменилась, так как цензура советского времени была запрещена. В первый раз за всю историю России появилась возможность создавать публикации, не зависимую от государственного контроля. Но с новым законом и радикальными изменениями появились и новые сложности не только для русских журналистов, но и для всей сферы СМИ. (Arutunyan 2009: 31-32.)

Арутюнян (там же) описывает разные последствия для русской журналистики после принятия закона о СМИ. Во-первых, все газетные и журнальные издательства были вынуждены действовать в рыночной системе экономики, не имея к этому никакой готовности, опыта или нужных средств. Одновременно стоимость издания газет и журналов значительно поднялась, и это стало большой нагрузкой на всю отрасль журналистики. Другая сложность состояла в том, что новые газеты, организованные после принятия закона и вынужденные содержать себя в условиях свободного рынка, просто не могли этого сделать. Третья сложность, которая возникла после рождения так называемой новой медиа-системы в России после развала СССР, состояла из полного хаоса новой школы журналистов, которые после освобождения из-под государственной цензуры, казалось, оставили также этику и остальные правила журналистов.

В своей книге «Искушение свободой, Российская журналистика, 1990-2004», Ясен Засурский (Zassoursky 2004: 222-229) описывает четыре разных периода после развала Советского союза и то, каким приемом каждый из них повлиял на развитие русской журналистики. Первый период начался сразу после развала СССР в 1986 году и длился до 1990 года, это называлось временем Перестройки. Перестройкой называли политическую реформу, которая началась по инициативе президента Михаила Горбачева в 1980-х годах с целью реконструкции экономической системы в России после развала СССР (Collins Dictionary). Засурский отмечает, что во время Перестройки механизмы контроля, производства и дистрибуции прессы были такие же, как и в советское время, единственная разница была в том, что у журналистов появилось больше редакционной свободы. Засурский называет роль прессы и медиа времени президентства Горбачева инструментом демократизации.

Второй период времени, который описывает Засурский (там же), это 1990-1995 годы. Журналисты в России и вся сфера журналистики столкнулись со многими сложностями новой рыночной системы. После развала СССР

журналистские коллективы контролировали и финансировали газетные издания. В это время вся сфера сталкивалась со многими проблемами и препятствиями, к примеру, повышение стоимости издания, печати и дистрибуции. Эти обстоятельства имели большое влияние на стоимость газет, а также снизили циркуляцию газет в России. Засурский (там же) называет этот период времени переходным от вертикальной системы к горизонтальной. Этим он называет то, что хотя в указанный период родилось много новых независимых от властей газет и издательств, все они сталкивались со многими трудностями, а именно с финансовой устойчивостью и влиянием других институций, например частного сектора.

Следующим, третьим, периодом времени, по Засурскому (там же), стали 1995-1999 годы. В это время президентом России стал Борис Ельцин, который во время своего правления установил линии для финансовой помощи прессе. Отношения к Ельцину в прессе было из-за этого очень позитивное и многие журналисты поддерживали его. Финансово нестабильной русской прессе всё-таки не хватало государственной помощи, и поэтому многие публикации стали искать денежную поддержку в частном секторе. Засурский называет этот период времени «подъёмом олигархов». Сначала новые владельцы прессы не вмешивались в редакционный процесс и работу журналистов. Но, это резко изменилось после президентских выборов в 1996 году.

Засурский (там же) поясняет, что среди русской элиты этого времени было сильное желание того, чтобы президентом России был человек, который поддерживает частное предпринимательство и в общем имеет положительный взгляд на свободную рыночную систему. Поэтому пресса изначально поддерживала пере выборы Ельцина на новый срок. Но поддержка кончилась, и пресса стала противником Ельцина. О Ельцине стали писать много «грязи и клеветы», пытаясь этим негативно повлиять на его репутацию. Общественное мнение в России было таким, что пресса использует свою независимую от властей роль неадекватно и пытается продвинуть свои политические цели. Эти обстоятельства также создали значительное недоверие среди русского сообщества к олигархам, которые в это время владели большинством газет, доверие публики к непредвзятости прессы также пострадало. Засурский (там же) отмечает, что к 1998 году олигархи имели большую власть в русской политической сфере, у них была даже приемность вмешиваться в государственную деятельность. Таким образом

авторитарный контроль над СМИ и прессой был теперь в руках частного сектора и олигархии.

Последним периодом времени, который описывает Засурский (там же), это время с начала 2000 года, он называет этот период «возвращение к государству». Ельцинское правительство закончилось полным хаосом в России. Этот хаос сильно повлиял на прессу, и, как это уже упоминалось выше, в России было полное недоверие к прессе в это время. СМИ стремительно продвигали оппозиционного кандидата на президентское место, в прессе было на тот момент два разных лагеря – за и против Ельцина. С обеих сторон в газетах звучало много осуждений противников, появлялись проблемы с коррупцией и пропагандой. Конец этого хаотического и нестабильного периода времени закончился с приходом нового президента Путина в 2000 году.

В короткое время после своего выбора в президенты, Путин и его администрация начали делать особенные усилия для возвращения государственного контроля над русскими СМИ. Во-первых, было создано «Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям» (ФАПМК). Вторым важным событием состояла консолидация Всероссийской государственной компании (ВГТРК). Начало 21 века стало в России временем быстрой коммерциализации и конгломерации газетных, радио и телевизионных компаний. Прозрачность того, в какой степени частный сектор контролирует медиа стала больше, чем прозрачность того, какие СМИ имеют государственный контроль. (Arutunyan 2009: 33.)

3.3 Нынешняя ситуация в сфере СМИ

Рудакова (Roudakova 2017: 196-197) называет нынешнее время в русских СМИ «*spirit of parrhesia*» или как мы это понимаем «возвратом к свободе». Она говорит об этическом процессе, с помощью которого возвращается доверие публики к журналистам и лицам медиа. Рудакова (там же: 209-210) описывает 21 век в России словами «*an epoch without ideals*», как мы это понимаем «эпохой без идеалов». Интересное развитие нынешнего времени, о котором говорит Рудакова (цит. по Asinovsky, A. 2011; Kruglova, A. 2014; Sorokin, V. 2012) которое заметили также русские писатели, лингвисты и журналисты – это появившаяся в русском сообществе тенденция не говорить свое истинное мнение, или как это называют ученые «недоговаривать». Этот феномен связан с эрозией правдивости в

русском сообществе, в том числе в прессе. Волна протестов 2011-2012 годов, прошедшая по всей стране изменила этот тренд. К примеру, во время 2011 и 2012 годов возникло внезапное желание многих публичных лиц высказать свое политическое мнение, что раньше редко кто хотел публично делать. (Roudakova 2017: 193-194, 210.)

Путинское правительство часто критикуют на Западе за авторитарное вмешательство в работу СМИ. Некоторые критики сравнивают действия Путина по контролю над прессой с техниками контроля, использовавшимися в СССР. Согласно Арутюнян (Arutunyan 2009: 36), нынешнюю систему контроля над СМИ невозможно сравнивать с контролем и цензурой в советское время, между ними, тем не менее, есть что-то общее. В данный момент олигархи финансируют большинство газет в России и таким образом имеют большую роль в сфере СМИ. И хотя владельцы газет не влияют напрямую на контент публикаций, всё-таки редакторы газет поддерживают мнение владельца газеты, и это мнение чаще в поддержка, а не против Кремля. По словам Арутюнян (там же), в России существуют невидимые границы журналистики и государственной критики, которые не многие русские журналисты хотят или могут преодолеть.

Количество рекламы в прессе значительно повысилось за последние годы, но рекламные доходы до сих пор играют только второстепенную роль в финансировании СМИ в России. Самые крупные газеты и телепрограммы являются государственными и таким образом у властей есть возможность косвенно влиять на редакторский контент, хотя прямой цензуры и нет. Среди продюсеров государственного телевидения и газет, часто встречается самоцензура и избегание определенных тем. Но, как констатирует Арутюнян (там же: 36-37), у журналистов и редакторов есть всё-таки намного больше свободы, чем можно было бы подумать при такой системе контроля.

4. Язык средств массовой информации

Средства массовой информации, или СМИ, играют большую роль в современном мире. СМИ имеют большое влияние на общество и язык (Солганик 2005: 4). Г. Я. Солганик (там же) пишет о языке СМИ следующее: «это язык власти и язык оппозиции, язык науки, дипломатии, искусства, религии и т.п.». Язык СМИ оказывает большое влияние на все речевые жанры, в том числе и на современный

литературный язык (там же.) Влияние языка СМИ не является односторонним, так как литературные жанры тоже оказывают большое влияние на язык СМИ.

Находясь в центре общественной, политической и языковой жизни, СМИ взаимодействуют со многими органами власти, со всеми видами литературы и, конечно, испытывают их влияние на себе (там же). Солганик описывает изменение, произошедшее в исследовании современной публицистики, и говорит о ее «необходимости становиться центробежной», отдаляясь от использованного раньше «более центростремительного характера» изучения. Разные сферы, например, культура и Интернет, и их воздействие на публицистику вынуждают нас углублять и расширять понятие современной публицистической речи (там же: 4–5). Современная лингвистика идет в этом же направлении, так как исследователи стремительно расширяют предмет изучения (там же).

Язык является инструментом, который помогает формировать новые понятия. Выбор определенных языковых средств, по словам Володиной (2003: 9), может оказывать влияние даже на структуру нашего мышления. Тексты средств массовой информации имеют множество особенностей, которые до сих пор мало изучены. Сложность их изучения, проявляется в «жанровой неопределенности, привязанности к каналу передачи и смешением устной и письменной речи». (там же: 19.)

Солганик (2012: 245) пишет о том, что, хотя понятие «литературный язык» сохраняется, понятие литературности расширилось. Он (там же) называет этот процесс «демократизацией литературного языка». По мнению Солганика (там же: 245), «прогрессивная сторона демократизации заключается в расширении лексикона, в увеличении экспрессивного потенциала литературного языка».

4.1 Структура и характеристика языка СМИ

Как было сказано в предыдущей главе, язык больше не исследуется как замкнутая система, исследования направлены на многочисленные связи и функции языка (Солганик 2005: 13). По словам Солганика (там же), «уровень и характер исследований языка СМИ определяется во многом состоянием и эволюцией мировой лингвистики, которая в последние десятилетия направляется в сторону экстенсивного развития». Последствием такого метода исследования являются

множество сформированных комплексных дисциплин, к примеру, лингвокультурология или социолингвистика (Солганик 2005: 13).

Солганик (там же) называет новый период в развитии лингвистики «эпохой макролингвистики», так как язык рассматривается как целостная структура. Такой макроанализ является эффективным в изучении языка СМИ, так как возникла необходимость понимать роль языка СМИ в новых условиях. Кроме того, по словам Солганика (2005: 14), нужно учитывать процессы, происходящие не только в обществе, но и в культуре, политике и идеологии.

Во всех функциональных стилях используются элементы и из других стилей (Григорьева 2003: 167). Особенность публицистического стиля, по словам Григорьевой (там же), это оценочность. В публицистике информация не может передаваться полностью объективно и беспристрастно, так как главной целью публицистики является воздействие на аудиторию (там же).

4.2 Роль автора в публицистике

Солганик (2005: 14) описывает схему любого речевого акта следующим образом: **адресант (производитель речи) – сообщение – адресат**. Для осуществления речи все три компонента обязательны, однако самым важным является адресант – производитель речи. В публицистике адресант, или производитель речи, это автор. Автору необходимо понимать действительность, особенно социальную, чтобы создавать публицистические тексты, требуется также умение оформлять эти тексты. (там же: 14–15.)

Понятие автора включено в следующие дихотомии: **автор – человек социальный** и **автор – человек частный**. Независимо от того, о чем пишет публицист, он выступает как человек социальный. Важным является и вторая грань автора, частная, которая выдвигает на первый план личность автора, проявляющуюся в тексте (Солганик 2005: 15–16).

Морально-нравственные принципы автора-публициста видны во всех его выступлениях, поэтому «его позиция неизбежно становится стилеобразующим компонентом содержательной структуры всего текста» (Кайда 2005: 58). Позиция автора является одной из проблем лингвистического исследования. Кайда (там же) пишет, что позиция автора – «это социально-оценочное отношение к фактам, явлениям, событиям». Позиция автора выражается в лингвистическом

плане как подчинение всех языковых средств основной языковой установке, и вместе с композиционными приемами имеет большое влияние на усиление текста в глазах читателя. (там же.)

4.3 Коллективное авторство

Волков (2003: 62) видит роль автора иначе, чем Солганик, так как, по его словам, «в массовой информации нет индивидуального авторства». Тексты СМИ создаются и обрабатываются не только автором, но и редактором, оператором и т.д. Тексты помещаются в окружении других текстов и содержание каждого материала определяется структурой выпуска. Основа технологии создания текстов средств массовой информации находится на стыке психологической и социологической наук и предполагает эффективность воздействия сообщения на публику (там же.)

Волков (там же) говорит о двух стилях, которые сочетаются в основной риторике массовой информации. Ими являются **коллективный** и **индивидуальный** стили. В основе коллективного стиля находится семиотическая форма источника. Волков (2003: 62) описывает коллективный стиль следующим образом: «В языковом отношении коллективный стиль включает словарь источника, основные синтаксические модели, приемы построения композиционно-речевых форм».

По словам Волкова (там же: 50-63), индивидуальный стиль массовой информации строится на авторском отборе, основой которого является совокупный образ ратора, формируемый в представлении аудитории. Риторика, как ее определяет Волков (там же) – это наука о целесообразном слове. С помощью совокупного образа ратора у получателя создается иллюзия отсутствия идеологии и объективности информации.

4.4 Политический идентитет автора

Объективность – это одна из ценностей журналистики, на которой построено профессиональное самопонимание журналистов. Кроме объективности важным в журналистике является также понятие демократии. Медиа часто, особенно в западных странах, считается четвертой силой власти, которую называют

«охранной собакой власти». По словам Луостаринен (Luostarinen 2014: 16-17), без понятия и духа демократии в средствах массовой информации журналисты становятся только пропагандистами и развлекателями публики.

Луостаринен (там же) говорит о том, что свобода слова журналистов является также свободой всего общества. Журналисты играют большую роль в создании публичного мнения и в возможности критиковать правительство или другие органы власти. Хотя интернет и соцсети в современном мире тоже дают возможность для общественных разговоров. Такая возможность является особенно важной в таких странах, в которых пресса подчиняется государственной цензуре.

5. Методы исследования

В данной работе мы взяли за основу метода исследования риторический анализ, а именно понятие неориторики и теории аргументации Хайма Перельмана. Наше внимание будет заострено на пяти риторических приемах: метафора, аналогия, сопоставление, риторический вопрос и личный опыт. Далее мы вникнем более подробно в теорию аргументации и неориторики и рассмотрим их разновидности.

Вторая часть нашего анализа основана на теорию из книги Хухтала и Хакала (Huhtala & Hakala 2007). Эта теория служит добавочным методом исследования кризисных новостей в СМИ и дает возможность более целостного анализа нашего материала.

5.1 Риторический анализ

Аристотель (Aristoteles 2012: 11) определяет риторику, как: «возможность находить возможные приемы убеждения относительно каждого данного предмета». Согласно Йокинен (Jokinen 2016: 249), риторика – это прием воздействия на публику с помощью аргументов и стремление оратора убедить публику в определенном дискурсе. Особенность риторики состоит из ее открытости, так как основа риторики в естественном языке, и все риторические аргументы всегда могут быть оспорены. Последствия открытости риторики, по Йокинену (там же), состоят в том, что риторическими аргументами пытаются увеличить правдоподобность своих устных или письменных утверждений и одновременно уменьшить правдоподобность противоположных аргументов.

Согласно неориторике Хаима Перельмана (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 17), на которую мы опираемся в этой дипломной работе, в основе персуазивности лежит убеждение аудитории в релевантности излагаемых положений. Как констатирует Перельман (там же), по переводу Шатина и Силантьева (2019: 393): «Для человека недостаточно говорить или писать, он должен быть также услышанным или прочитанным. Не имеет принципиального значения ни внимание слушателей, ни количество слушателей, чтобы признать говорение определенным условием, в определенном собрании людей, в определенной компетенции собравшихся».

Как констатируют Шатин и Силантьев (2019: 393), риторический акт является интерсубъективным, так как он отделяется от объективности и не может быть пригодным для передачи достоверных событий. Также он отталкивается от субъективности и не является поглощенным внутренним миром говорящего. По Шатину и Силантьеву (там же) «любой оратор в процессе публичного говорения реализует одновременно две задачи: транслирует определенные убеждения и конструирует аудиторию, приемную принять эти убеждения.»

Как отмечает Йокинен (Jokinen 2016: 250), в аргументации связь с аудиторией имеет большое значение, так как основа и употребление аргументации зависит от того, в чем оратор пытается убедить аудиторию. Основа аргументации состоит в том, что существуют общественные нормативные понятия, к примеру, «за убийство нужно наказывать», которые аудитория одобряет, и это одобрение соединяется с аргументами. Таким приемом противоположными аргументами можно защищать ту или иную норму, что часто встречается в политической риторике. Риторика присутствует во всех разновидностях языка и его употреблении, в том числе в устной и письменной речи. Как отмечает Йокинен (там же), аргументация с помощью риторических приемов убеждения – не только неизбежный, но и рациональный прием коммуникации.

Из работ Перельмана можно выделить три компонента персуазивности, как их описывает Аннекова (2012: 8):

- «1) интенциональность как направленность сознания на объекты действительного или воображаемого миров;
- 2) интенциональность как соотнесенность интенциональных состояний к определенным фрагментам концептуальной системы носителя интенциональных состояний;
- 3) индексальность как зависимость содержания интерпретации от определенной концептуальной системы...»

Риторические высказывания в связи трех компонентов персуазивности Перельмана, согласно Аннековой (там же), являются феноменологическими, так как они допускают в отличие от формально-логического доказательства, изменение эволюции языка под влиянием времени.

Основа теории аргументации Перельмана состоит в ее разработке как прямого звена логики и риторики. В своей теории Перельман и Олбрехт-Тытека (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 22) отказались от панлогизма, типичного для аргументации прошлого этапа.

Согласно Емерену (Eemeren, van H. 2014: 266-270), аргументация – это речевой акт, который состоит из разных высказываний, цель которых состоит из убеждение рационального судьи в правильности определенной точки зрения. Как отмечает Аннекова (2012: 10), расширение сферы аргументации приводит к тому, что в нее включается «вся совокупность высказываний, имеющих целью внушение, либо убеждение, каковы бы ни были аудитория, которой они адресованы, и предметы высказываний».

Перельман и Олбрехт-Тытека (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 350) пишут об обосновании структуры убеждения посредством апелляции к частному случаю. Частные случаи они делят на три вида: пример, иллюстрацию и образец, в зависимости от функции каждого в процессе аргументации. Согласно Перельману (там же), с помощью частного случая становится возможным обобщение.

Перельман (там же: 396) определяет в своей теории аргументации, посредственные понятия метафоры и аналогии. Перельман отдаляется в своей работе от традиционных ролей метафоры и аналогии, выполняющих сравнения, и определяет их как «значимые опоры творческой мысли». По словам Перельмана (там же), как его слова перевели на русский язык Шатин и Силантьев (там же: 395):

«Подобно звену в индуктивном рассуждении, аналогия представляет собой этап в научном исследовании, являясь скорее средством открытия, чем средством доказательства: если аналогия удачна, то тема и фора преобразуются в примеры или иллюстрации более общего закона, по отношению к которому их предметные области унифицируются. Такая унификация приводит к включению в один и тот же класс отношения, объединяющего члены форы, и отношения, объединяющего члены темы, каковые становятся относительно этого класса взаимозаменяемыми, вся асимметрия между темой и форой таким образом исчезает».

Таким приемом, аналогия становится приемом доказательства и механизмом творческого развития мысли. Принятые конвенции и правила, касающиеся

аналогий, представляют собой и процесс исследования, и процесс аргументации. Разница между творческой аналогией и убеждающей аналогией состоит в том, что силы убеждающей аналогии ограничены той аудиторией, к которой они адресуются. (Шатин и Силантьев 2019: 395).

Шатин и Силантьев (там же) отмечают важную роль метафоры в семантическом отношении как: «обогащении и приращении наших чувственных, в том числе образных, знаний об окружающем мире и нас самих». Исследователи (там же) говорят о функциональном отношении, в котором метафоры можно разделить на два типа: «концептуальные (онтологические) и дискурсивные (метафоры выражения)». Концептуальная метафора, как правило выражается в форме научного термина, так как она относится к системе научной дисциплины. Метафоры служат в науке также для выражения мысли и для хода рассуждения – это дискурсивная метафора. (Шатин и Силантьев 2019: 397.)

Перельман и Олбрехт-Тытека (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 393) говорят о понятии аудитории, и разделяют ее на два типа - универсальную и частную, или конкретную. Оратор при универсальной аудитории, использует универсальные приемы доказательства и таким образом формирует позицию «рационального судьи». В случае конкретной аудитории, оратор использует контекстуальную аргументацию, которую можно использовать для конкретной публики. Особенность использованной аргументации письменных текстов дистанцированных от читателя, как замечает Перельман (там же), проявляется в том, что оратор вынужден предпочитать один аргумент, возможно, в ущерб другому.

Как отмечает Перельман (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 28), как его слова перевели Шатин и Силантьев (2019: 399):

«...если достоверность базируется на истине предмета, то она является истинной для всякого мыслящего существа, поэтому достоверность может быть доказана, а убедительность имеет не более чем индивидуальную значимость... Различие, которое мы предположили между достоверностью и убедительностью, выражает косвенную связь, которая устанавливается, хотя и не всегда без должной четкости, между убеждением и действием, с одной стороны, и достоверностью и умом, с другой».

Риторический анализ представляет возможность исследовать письменную и устную речь. Методы риторического анализа помогают исследователям обнаружить приемы формирования аргументации в письменной или устной речи. Центральной точкой зрения риторического анализа, является определение различных риторических приемов, к примеру, методов убеждения оратора при его стремлении убедить аудиторию в правдивости его аргумента. (Jokinen 2016: 253).

Риторический анализ и его методы часто используют в дискурсивном анализе. Хотя эти методы имеют одинаковые черты, необходимо определить их различия, так как методом исследования данной работы является риторический анализ. Как отмечает Йокинен (там же: 254), внимание исследователя при риторическом анализе остается на формировании выражений и наблюдения отношений между оратором и публикой. В дискурсивном анализе исследователь наблюдает за созданием культурных значений и взаимодействием между людьми.

5.2 Литературные жанры в языке СМИ при сообщении о кризисе

Хухтала и Хакала (Nuhtala & Nakala 2007: 36) представляют теорию построения кризиса в СМИ. Согласно теории Хухтала и Хакала (там же), на которую мы опираемся во второй части нашего анализа, СМИ умышленно строят картину кризиса, используя разные приемы представления. Хухтала и Хакала сравнивают эту умышленность со строением сюжета фильма.

В главе 8 мы обратим наше внимание на общее сообщение газеты о кризисе за неделю. Мы выясним, каким образом репортер описывает начало, середину и конец кризиса. Мы проанализируем то, как изо дня в день меняется стиль сообщения. Для анализа мы остановим наше внимание на четырех литературных жанрах, которые Хухтала и Хакала (2007: 37) определяют приемами строения кризисной коммуникации в СМИ. Эти жанры в порядке их употребления таковы: эпический, драматический, лирический и дидактический. Мы попытаемся определить, можно ли приметы эти четырех жанров найти в нашем материале и приведем примеры найденных нами результатов.

6. Сбор и критерии выбора материала из «Интегрума»

Риторический анализ, как мы уже описали раньше, является многосторонним и состоит из разных методов исследования. Он имеет близкое отношение к теории аргументации и дискурсивному анализу. Фокус нашего исследования состоит в приемах риторического анализа, также нами будут использованы некоторые методы аргументативной и дискурсивной теорией.

Прежде чем мы перейдем к более подробному рассмотрению исследовательского материала, необходимо описать критерии выбора материала. Мы расскажем, где и как был собран материал, а также объясним выбор промежутка времени для сбора материала. Критерии выбора российских газет и их статей, которые служат исследовательским материалом этой работы, будут также обоснованы.

Как было уже сказано во Введении, материал для данной работы был собран в базе «Интегрум», которая является крупнейшим электронным архивом источников информации России, Украины и других стран СНГ.

В этой работе для исследования нами была выбрана федеральная российская газета, выходящая ежедневно газета «Московский комсомолец». Нами была выбрана именно эта газета, так как мы хотели выбрать государственную газету, редакция которой поддерживает политическую линию руководства России. Газета «МК» является одной из самых распространенных газет в России. В итогах нашего анализа, мы обратим внимание на возможное влияние политического мнения редакции в связи с сообщением о кризисе.

Наш анализ начался с чтения всех статей, касающихся кризисных ситуаций в определенное нами время. Диапазон дат поиска начинается со дня события и продолжается около недели. Мы решили выбрать этот диапазон, так как заметили, что сообщения об обоих кризисах за данный период времени уменьшились, и в последних выпусках было только несколько статей на эти темы.

Первая кризисная ситуация, которую будем исследовать в данной работе, это взрыв в метро Санкт-Петербурга, который произошел 3.4.2017. Диапазон дат поиска статей в этом случае – 3.4.2017-7.7.2017. Вторая кризисная ситуация, это пожар в торгово-развлекательном комплексе «Зимняя вишня» города Кемерово, который произошел 25-26.3.2018. В этом случае датами поиска являются

25.3.2018-30.3.2018. Нашей целью являлось найти все статьи за эти заранее определенные периоды времени.

Результаты нашего поиска были ограничены только временем и данной газетой. Все статьи, найденные под этими критериями, входят в наш материал исследования, но для более глубокого анализа мы остановимся на 48 отрывков. Эти отрывки будут сгруппированы нами по использованию в них разных риторических приемов, методов аргументации, а также дискурсивных приемов. На протяжении недели в обоих случаях, нами будет также проведен анализ использованного литературного жанра и его перехода от одного к другому.

Анализ нашей работы состоял из описания пяти риторических приемов, использованных при сообщении о кризисе. Эти приемы: метафора, аналогия, сопоставление, риторический вопрос и личный опыт.

6.1 Цель нашего исследования

В этой главе мы представим цель нашего исследования и уточним исследовательские вопросы, на которые мы хотим найти ответ. Нами уже был представлен метод и материал нашего исследования. Главной целью нашей работы является исследование и определение разных приемов кризисной коммуникации в российских СМИ, точнее в газете «МК». Для исследования нами было выбрано два разных кризисных случая произошедших в России недавно. Один кризис — это политический теракт, другой — несчастный случай. Исследовательский материал состоит из статей газеты «МК».

Нашей целью является исследование риторических приемов и аргументации в российской прессе при сообщении о кризисе. Фокус нашего исследования состоит из пяти риторических приемов и того, как они применяются в сообщении о кризисе. В нашем исследовании мы обратим внимание на политический и культурный контекст России и попытаемся определить, влияет ли политическая причина кризиса, каким образом и в каком масштабе о нем сообщают в прессе. Наша гипотеза состоит в том, что при политической причине кризиса СМИ придают большее значение сообщению, в сравнении с кризисом, причиной которого является несчастный случай или неумышленный поступок ответственного лица. Даже большое количество жертв не влияет на интерес СМИ в кризисных ситуациях без политического уклона.

С помощью определения риторических приемов и представленными нами примерами из материала, мы попытаемся определить какие общественные темы и дискурсы российская пресса конструирует с помощью кризисной коммуникации. Мы обратим внимание на выделенные дискурсы и на, возможно, скрытые темы. Важной частью нашего исследования является определение общественного, исторического и политического контекста российских СМИ и журналистики. Частью нашего материала, кроме статей, стали фотографии, так как они близко относятся к статьям и образуют диалог между редакцией и аудиторией.

Целью нашего исследования стало также определение сходств и различий в рамках нашего материала. Сравнение и сопоставление являются хорошими инструментами для классификации общественных явлений. С помощью сравнения и сопоставления возможно тестировать теорию или гипотезу, исследуя одни и те же понятия в разных контекстах. При интерпретации результаты исследования необходимо ставить в более широкое культурное и общественное понятие. Вопросы нашего исследования, следующие:

- 1. Влияет ли причина кризиса (политическая/несчастный случай) на то, какие риторические приемы СМИ использует при сообщении о нем?*
- 2. Можно ли установить сходства в использованных риторических приемах или в литературных жанрах, которые медиа использует при сообщении о разных кризисах?*

7. Анализ материала

В следующих главах мы приступим к более подробному исследованию нашего эмпирического материала с помощью риторического анализа газетных статей и выбранных нами примеров риторических приемов. Фокусом риторического анализа являются тексты и приемы их воздействия на публику. Риторический анализ интересуют не только внешней формой сказанного, но также обращает внимание на содержание. С помощью риторического анализа нам представляется возможность исследовать убедительность определенных риторических приемов, а также эмоциональные и социальные отношения ратора и его аудитории. Таким образом, целью риторического анализа является понятия текста в более широком социальном контексте и определение риторической ситуации, в которую входит ратор, его публика и форум высказанного. (Kakkuri-Knuutila 1998: 234-235.)

Нами выбрано пять разных риторических приемов; метафора, аналогия, сопоставление, риторический вопрос и личный опыт, которые мы будем исследовать далее с помощью выбранных нами примеров из материала. В следующей главе мы будем рассматривать материал из газеты «Московский комсомолец».

7.1 «Московский комсомолец»

Диапазон дат исследования состоял из всех номеров газеты «Московской комсомолец» за неделю после теракта. Теракт случился 3.4.2017 в 15 часов, и нами были исследованы газеты за период времени 4.4.-7.4.2017. Новость о произошедшем теракте была на обложке каждого номера «Московского комсомольца» этой недели. Общее количество статей, касавшихся произошедшего теракта, состояло из 25 текстов, также за неделю в газете было опубликовано 35 фотографий, из которых 4 представляли террориста, 10 фотографий жертв и 21 другая фотография.

7.1.1 Теракт 7.4.2017 в Санкт-Петербурге

7.1.1.1 *Метафора*

Метафора является одним из риторических приемов. Метафора - это сравнение без слова «как». Метафора имеет двойное значение, с одной стороны, это прием украсить речь и сделать ее более богатой, с другой стороны, это прием представить новую вещь или феномен с помощью чего-то уже известного для публики. (Kakkuri-Knuutila 1998: 259.)

По определению Аристотеля (Aristoteles 1977: 55), метафора создается, когда предмету дают новое название, которое обычно принадлежит другому. Такая трансляция значений может осуществиться от общего к частному или наоборот, а также с помощью аналогии. Согласно определению Перельмана (Perelman 1996: 136), метафора является аналогией, родившейся слиянием темы и основы. К примеру, из аналогии «старость для жизни то, что вечер для дня», можно слиянием создать метафоры «старость дня», «вечер жизни» и «старость — это вечер».

Кризисная ситуация, особенно теракт, возбуждает в публике множество чувств: страх, зло, грусть и чувство беспомощности. Как нами было замечено, метафоры довольно часто используются при сообщении о кризисных событиях. Кризис и его описание, в том числе причины и последствия, как мы обнаружили в нашем анализе, часто описываются репортером с помощью метафор. Мы подразумеваем, что сообщение о кризисе и описании экстремальных событий в какой-то мере легче представить публике в виде сравнения с чем-то им уже известным.

В следующих отрывках, нами будут представлены метафоры, использованные при сообщении о теракте. Как мы заметили, метафора является эффективным приемом описания для репортера. В отрывках 1, 2 и 3 мы обратим внимание на метафоры, с помощью которых репортер описывает террориста и его качества.

- 1) Что касается террориста, тут, скорее всего, был «человек-торпеда». (МК 4.4.2017)
- 2) Как готовят «живые бомбы», кто за этим стоит и почему 23-летний выходец из Средней Азии ---. (МК 5.4.2017)

- 3) Параллельно происходит мощнейшая *промывка мозгов*. *Накаляется атмосфера* пафосности, из вербуемого *делают героя*, *расписывают в красках*, как его поступком будут гордиться его близкие и т.д. ---.
(МК 5.4.2017)

С помощью использованных репортером метафор в примере 1 «*человек-торпеда*» и в примере 2 «*живая бомба*», у читателя создается образ террориста как орудия, а не человека. Это имеет сильное и эффективное воздействие на читателя. Кризисную ситуацию, в которой виноват простой человек труднее понять и смириться с ней, чем с ситуацией, виновником которой является «*живая-бомба*», то есть орудие, таким образом теракт может ассоциироваться у публики с войной. В примере 3 репортер использует множество метафор для описания подготовки террориста к теракту. «*Промывка мозгов*», «*накаляется атмосфера пафосности*» и «*делают героя*» - данные выражения создают у читателя впечатление о террористе, не как о человеке, делающем свой выбор осознанно, а о том, что он только одна кем-то управляемая пешка в большой игре.

Далее в примерах 4 и 5 мы остановимся на использовании метафор, с помощью которых репортер демонстрирует экстремальность происшедшего и то, как радикально это событие повлияло на обычную жизнь в Санкт-Петербурге.

- 4) Теракт в Санкт-Петербургской подземке, казалось, *выбил из привычной колеи* жителей многих российских мегаполисов. (МК 5.4.2017)
- 5) Непосредственно в день теракта и в последующие за ним сутки пользователи социальных сетей *выбросили в Интернет массу своих эмоций*. *Абсолютно голых, лишенных хоть какого-то смыслового наполнения*. (МК 6.4.2017)

В этих отрывках фокусируется воздействие происшедшего теракта на жителей Санкт-Петербурга. В примере 4 метафора «*выбил из привычной колеи*» эффективно демонстрирует внезапность, неожиданность и насильственный характер происшедшего. В примере 5 репортер затрагивает влияние происшедшего на эмоциональную жизнь сообщества: «*выбросили в Интернет массу своих эмоций*». Эта метафора, по нашему мнению, является очень удачным приемом описания как сообщество реагирует на происшедший кризис. В примере 5 репортер описывает эмоции сообщества с помощью метафоры; «*абсолютно голые, лишенных хоть какого-то смыслового наполнения*». Как может читатель при таких выражениях не сочувствовать трауру? Кризисная ситуация всегда вызывает массу

эмоцией не только у потерпевших, но и у всех остальных. Каждый петербуржец не может не думать, что он тоже мог бы стать жертвой теракта, и такой страх сливается с другими чувствами, которые переполняют человека и которые нужно куда-то «выбрасывать».

Метафоры, как мы заметили в ходе нашего исследования, часто используются в качестве украшения речи. В следующих отрывках, мы представим примеры этого приема. В примере 6 метафоры «*все заточено под*» и «*царит особая атмосфера*» использованы, по нашему мнению, для украшения речи. Также в примере 7 метафора «*наложила отпечаток*» по-нашему мнению, использована в качестве украшения речи. Можно аргументировать, что риторические приемы, в том числе метафоры, всегда служат в качестве украшения речи, и мы этот взгляд не отрицаем. Но мы считаем, что в примерах 6 и 7 они использованы только для украшения речи, а в других приведенных нами примерах он служат также в качестве других приемов воздействия на публику и строения более широкого дискурса о данной теме.

- 6) На рынке *все заточено под* мусульман — от кафе до парикмахерских. Здесь *царит особая атмосфера*. (МК 6.4.2017)
- 7) Трагедия, произошедшая накануне в Санкт-Петербургской подземке, *наложила отпечаток* на ход итоговой коллегии Минтранса РФ. (МК 6.4.2017)

Метафоры часто используются в заголовках статей, так как они являются, как мы уже отметили выше, эффективным приемом создания впечатлений у читателя. В следующих отрывках нами представлены заголовки, в которых использованы метафоры. В примере 8 метафора «*закручивать гайки*» подразумевает возможные ужесточения во внутренней политике России. Как мы заметили, «закручивать гайки», не раз повторяется в статьях Московского Комсомольца после этого заголовка. В первом случае употребления этой метафоры репортер дал контекст и объяснение для публики, а далее это словосочетание используется без объяснений. Второе заглавие в примере 9 описывает одну жертву «*солнечным человеком*». Эта метафора довольно часто употребляется в качестве изображения позитивного человека и не требует лишних объяснений.

- 8) Будут ли «*закручивать гайки?*». (МК 5.4.2017)

9) *Солнечный человек* из «Золотой рыбки». (МК 7.4.2017)

Особенно с помощью метафоры в заголовке репортер может в краткой форме сообщить что-то и привлечь внимание читателя. Выше нами представлены два заголовка с метафорой, вышедшие в течение недели сообщений о теракте. Интересно заметить, что с помощью метафор репортер сообщает разные действия, происходившие в последствии после кризиса.

Метафоры, как мы заметили, в наших отрывках из исследовательского материала являются очень многосторонним риторическим приемом, который используется в разных случаях. Как мы уже определили выше, ими описывают людей и события, они используются в заголовках и ими возможно эффективно проинформировать то или иное впечатление на читателя. Как мы заметили, метафоры также используют простые люди в своих речевых выражениях. В следующих примерах метафоры были использованы в интервью близких потерпевших. Часто они были использованы для описания жертвы или его жизни. В примере 10 жертву описывают с помощью метафоры «человек-зажигалка», то есть жизнерадостный человек.

10) *Человек-зажигалка*, которому рады были в любой компании, даже в незнакомой. (МК 6.4.2017)

Метафора является распространенным риторическим приемом в нашей повседневной жизни. Этот риторический прием является настолько распространенным приемом, что мы не всегда понимаем, что мы выражаемся именно с помощью метафоры (Jokinen 1999: 150).

В итоге, мы остановились в нашем материале на 10 разных случаях использования метафор. Как мы определили, метафора является распространенным риторическим приемом не только профессионального автора или журналиста, но так выражаются и простые люди в повседневной речи. Метафора чаще всего служит приемом описания качества человека – плохого, как в случаях описания террориста, или хорошего, как во многих случаях описаний жертв. Также с помощью метафоры демонстрируют перемену в чем-то: в жизни горожан после теракта или в политике государства. С помощью метафоры, как мы заметили, репортеру удастся эффективно создать у публики разные ассоциации.

7.1.1.2 Аналогия

Приемом аналогии делаются сравнения между разными по характеру вещами. Аналогия является приемом объяснения, но иногда с помощью аналогии тот или иной феномен только описывают или демонстрируют без объяснений. При употреблении аналогий важно понимать, имеют ли элементы сравнения достаточно общих черт. (Kakkuri-Knuutila 1998: 252.)

Согласно Перельману (1996: 129), теоретику аргументации, аналогия – это прием коммуникации и неформальной дедукции. Для сохранения особых качеств аналогии, слова, использованные в аналогиях необходимо интерпретировать этимологически, – в основном значении слова. С помощью аналогии не устанавливается сходство двух элементов, а констатируется их сравнение. Во всех аналогиях подчеркиваются определенные отношения элементов и затемняются другие. (Perelman 1996: 129-134.)

В следующих отрывках мы остановимся на аналогиях, которые использованы в виде объяснений. Как мы заметили, чтобы аналогия являлась удачной с точки зрения публики, оба элемента сравнений должны быть понятны и знакомы для публики, иначе аналогия не является эффективной. В примере 11 автор демонстрирует с помощью аналогий возможные политические последствия теракта, в том числе *«принятие новых законов»*, *«массовая добровольная мобилизация»* и *«закручивание гаек»*. Первые две аналогии являются приемом объяснения возможных последствий, они понятны для аудитории. Третья аналогия, которая также была представлена метафорой в примере 8 *«закручивание гаек»*, является демонстрацией возможного последствия без объяснения. Прямое значение этого словосочетания – это вращение гаек для создания прочности соединения деталей. В данном примере репортер, используя аналогию *«закручивания гаек»* в качестве возможного политического последствия, подразумевает ужесточение дисциплины в стране. В примере 8 выражение *«закручивания гаек»* использовано также в качестве метафоры, так как в примере нет добавочного объяснения, но репортер объясняет публике, что *«закручивание гаек»* после теракта – это политическое последствие.

- 11) У каждого теракта есть политические последствия: это может быть принятие новых законов или массовая добровольная мобилизация в

народные дружины, как было в Москве в 1999 году, или то, что в народе называется «закручиванием гаек». (МК 4.4.2017)

В примере 12 использованная аналогия имеет немного другой характер, так как депутаты сравниваются с тараканами, но это сравнение не озвучивается. Фраза «*из темных щелей вылезают*» дает понять читателю не озвученное сравнение с тараканами, которую мы определили приемом аналогии. Далее репортер дает примеры идей этих депутатов.

12) Сразу же *из темных щелей вылезают депутаты с запретительными идеями*. Кто-то, выслуживаясь, требует запретить митинги, вообще все. Кто-то «мудро» требует ввести смертную казнь для террористов-смертников. (МК 7.4.2017)

Примеры 13 и 14 приемов аналогии, как мы это упоминали выше, требуют от читателя предыдущих знаний, и на наш взгляд не каждый читатель эти аналогии сразу поймет. В отрывке 13 оппозицию описывают «*митингующей пятой колонной*». Как отмечает Шабалина (2011: 191), в современной русской и европейской политической фразеологии и журналистике словосочетание «пятая колонна» употребляется по отношению к различным типам внутреннего противника или врага.

В примере 14 встречается не самая простая аналогия, ее понимание требует от читателя определенного уровня знаний, на которые опирается автор сравнения. Оппозиция сравнивается с «*сакральной жертвой*», прямым значением этой фразы является «святая жертва». Как мы заметили, эту фразу часто употребляют в политической фразеологии. Согласно Перельману (Perelman 1996: 132), когда изначально нейтральные противоположные пары, к примеру «правый-левый», используют повторно для описания политической стороны, они приобретают кроме своего устойчивого значения позитивное или негативное отдельное значение, и таким образом их можно назвать аналогией. Примеры 13 и 14 являются, по нашему мнению, такими аналогиями.

13) Олег Анатольевич, из лагеря сторонников власти довольно часто можно слышать сегодня призывы «*разобраться*» с *митингующей «пятой колонной»*. (МК 7.4.2017)

- 14) Но оппозиция должна серьезно задуматься. Чтобы не *превратиться в «сакральную жертву»*. (МК 7.4.2017)

В отрывке 15 аналогия использована в качестве описания, без объяснений. В этих аналогиях риторическое воздействие, по нашему мнению, опирается на одинаковую культурную почву аудитории и репортера, так как в примере 16 аналогия «*черный день*» опирается на то, что публика ассоциирует черный цвет с трауром и смертью. По нашему мнению, эффективность этой ассоциации зависит от совместного знания репортера и публики. Черный цвет не во всех культурах мира означает смерть и траур, к примеру в Индии черный цвет имеет положительное значение.

- 15) Сначала выйдут скорбеть, потом начнут задавать вопросы, *а там уже никаких «космонавтов» не хватит*. Поэтому проще и надежнее снять на телекамеры проверенные, профессиональные кадры. «*Инициативники не нужны*». (МК 7.4.2017)

Как нами было замечено в ходе нашего анализа, аналогии во многих случаях опираются на исторические и культурные понятия и знания публики. В выбранных нами примерах, нами определено, что репортер пишет именно для представителей русской культуры, имеющей те же понятия и знания, что и он сам. Примером этого служит также отрывок 15, в котором аналогия состоит из сравнения инициативников с «космонавтами». Эффективность этой аналогии состоит, по нашему мнению, в том, что она использована в русской газете и ее аудитория состоит в большинстве из русских читателей, для которых именно космонавты ассоциируются с инициативными действиями, а не астронавты.

7.1.1.3 Сопоставление

Сопоставление между одинаковыми вещами является эффективным приемом убеждения и построения аргументации. В сопоставлении важным является то, чтобы сопоставленные элементы имели больше сходств, чем различий. (Kakkuri-Knuutila 1998: 252.)

В нашем анализе мы обнаружили три главных случая, в которых использованы сопоставления. Как это уже сказано выше, прием сопоставления, в отличие от аналогии, проводит сравнение между похожими элементами. Мы определили

три разновидности употребления сопоставления. Первый случай – это временное сопоставление. В примере 16 временное сопоставление сравнивает время до теракта и после теракта. Временное сопоставление использовано также в примере 17 при описании поведения депутатов до появления социальных сетей и теперь, подчеркивая, что характер их поведения не изменился, хотя методы изменились *«раньше присылавшие вместо себя на заседания парламента картонные силуэты, а теперь придумавшие вход в соцсети по паспорту»*.

16) Посмотрите, сколько полицейских согнали, тогда *как до теракта* их днем с огнем не сыскать было. (МК 5.4.2017)

17) Ну а там уже на подходе и откровенные юмористы от законодательной власти, *раньше присылавшие вместо себя на заседания парламента картонные силуэты, а теперь придумавшие вход в соцсети по паспорту*. (МК 7.4.2017)

Вторая ситуация сопоставления, обнаруженная нами, это сравнение разных мест. Как мы заметили в нашем исследовании, в сообщении о теракте, сопоставление разных мест не раз подчеркивается риторическим приемом. В отрывке 18, репортер сравнивает разные места и приводит таким приемом сопоставления. Таким образом репортер сопоставляет разные причины и места гибели людей и подчеркивает, что одна причина не является хуже или лучше другой. Такое сопоставление, по нашему мнению, может с трудом восприниматься публикой на третий день после случившегося теракта в своем родном городе.

18) и гибель людей *в одном месте не страшнее и не печальнее, чем в любом другом*. (МК 6.4.2017)

Третий определенный нами прием использования сопоставлений – это сравнение абстрактных элементов, к примеру профессии или национальности. Отрывки 19 и 20 являются примерами этого приема сопоставлений. В примере 21 речь идет о знаменитом певце Андрее Макаревиче, который не отменил своего концерта вечером после произошедшего теракта. Многие его за это осудили, но репортер сопоставляет профессии певца с шофером или монтером, объясняя, что это тоже профессия и у певца тоже есть обязанности выходить на свою работу, даже после случившегося теракта.

19) Пока одни возмущенно вымарывали фамилию артиста из списка любимых исполнителей другие обстоятельно объясняли первым, что *певец — «такая же профессия, как, например, шофер или монтер, и*

человек вовсе даже не обязан прерывать свою работу, если случился теракт». (МК 6.4.2017)

В примере 20 россияне сравнивают с французами и турками в связи с тем, как они вели себя после теракта. Во Франции и Турции масса народу собирались на улицах в память жертв теракта, а в России такого массового мероприятия не было. Репортер поднимает этот вопрос с помощью сопоставления.

20) Но как раз это неверие в то, что мы сами можем выйти в память, и должно оскорблять — нас. *Французы могут, турки могут, а россияне — нет.* (МК 7.4.2017)

По ходу нашего исследования, мы заметили, что во многих случаях сопоставления, аргументация строится в какой-то мере на сравнения «нас» с «ними», или «мы» против «их». Этот риторический прием является, по нашему мнению, эффективным для создания более широких рамок разговора, например, о политической ситуации в России. Сопоставление является, по нашему мнению, эффективным приемом сравнения не только внешних качеств или свойств, но и более абстрактных тем и вопросов.

7.1.1.4 Риторический вопрос

С помощью риторического вопроса ритор создает иллюзию диалога в монологической речи. Ответа на риторический вопрос не ожидается, но используя риторический вопрос, ритор использует предполагаемый ответ как обоснование своего мнения (Волков 2001: 326–327).

Как мы заметили в нашем анализе, риторический вопрос довольно часто встречается в нашем материале. Но нас в какой-то мере удивило, что риторический вопрос больше всего используется не репортером, а в интервью простых людей. К примеру, многие близкие потерпевших, как мы это заметили, пытались понять и рассудить непонятное в своих интервью с помощью заданных ими риторических вопросов, ответов на которые они, очевидно, не ожидают.

В примере 21 близкий одной из жертв пытается понять непонятное – почему террорист сделал это, какая может быть причина такого решения. Он задает риторический вопрос «*до какой степени зомбированным он должен быть, чтобы себя взорвать?*», который появляется у всех и на который никто не может дать ответа. Почему это произошло? Этот вопрос не раз задают после кризиса.

21) Но это до какой степени зомбированным он должен быть, чтобы себя взорвать? (МК 5.4.2017)

Риторический вопрос, как мы заметили в нашем анализе, является часто используемым методом аргументации и подтверждения какого-то мнения, им пользуются люди в повседневной речи. Следующие примеры являются отрывками из разных интервью по поводу теракта. В примере 22 репортер брал интервью у посетителя мечети, в которую, как подозревали, ходил террорист. Посетитель, который явно не хочет, чтобы его веру и мечеть ассоциировали с террористом, задает риторический вопрос *«Почему все решили, что этот парень — наш? Он ведь киргиз?»*, не ожидая на него ответа, так как всем уже известно, что совершивший теракт был по национальности киргизом.

22) Почему все решили, что этот парень — наш? *Он ведь киргиз?* (МК 6.4.2017)

23) Нам кажется, он не верующий. Его ведь ни в одной мечети никто не замечал. Разве такое возможно? (МК 6.4.2017)

В примере 23 тоже задается риторический вопрос *«Разве такое возможно?»*. Это является тоже отрывком из интервью, в котором мусульманин подчеркивает риторически заданным вопросом, что это невозможно. Интересно было заметить, что в нашем материале мы не встретили ни одного случая употребления риторического вопроса самим репортером.

7.1.1.5 Личный опыт

Риторы, в том числе репортеры, пытаются отстранить себя от обсуждаемой темы, чтобы сохранить объективность. Но в некоторых случаях личный опыт является довольно эффективным приемом убедить публику. (Jokinen 1999: 133–134.) Личный опыт, как мы заметили в нашем анализе, довольно часто используется в сообщении о кризисе. Но в отличие от представленного выше описания личного опыта в работе Йокинен, в нашем материале репортер не описывает свой личный опыт, а описывает личный опыт самих потерпевших, их близких или очевидцев.

Этот риторический прием имеет сильное воздействие на публику и является в кризисной коммуникации довольно распространенным. Остановимся на первом примере передачи личного опыта, с помощью которого террориста описывают его соседи. В примере 24 хозяйка дома, в котором террорист снимал квартиру, довольно подробно описывает его поведение и внешний вид. Она

описывает его как *вежливого, интеллигентного мальчика*, который всегда *здоровался, улыбался* и выглядел *опрятно*. Через это описание читатель представляет себе совсем иного человека, чем в отрывках 1 и 2, где даны сравнения с вооружённым террористом. Кем в конце концов был этот человек? Вывод строит каждый читатель сам.

24) Вчера ее следователи вызывали, расспрашивали о квартиранте, она *только и могла сказать, что вежливый, интеллигентный мальчик. Его внешний вид и правда не вызывал сомнений. При встрече всегда здоровался с нами, улыбался, «спасибо», «будьте добры» — это его история. Опрятный всегда ходил.* (МК 6.4.2017)

В отрывках под номерами 25 и 26 через личный опыт описывают случившееся работники метро. В примере 25 работник описывает свое состояние как *нормальное*, но всё-таки упоминает, что *она немного боится*. В примере 26 другой работник метро говорит о том, что даже после кризиса *работать нужно*. Этими примерами личного опыта репортер подводит итоги происшедшего и дает понять, что все-таки после кризиса жизнь продолжается, даже по словам тех, кто был там. Такой риторический прием является, по нашему мнению, более убедительным с точки зрения публики, так как трудно оспорить чувства и эмоции бывших на месте происшедшего.

25) «Просто в вагон поезда немножко боюсь заходить, а так все нормально, поделилась эмоциями женщина. — Самое страшное то, какое количество людей пострадало. Я в такой ситуации в первый раз, но не растерялась, потому что не имею права». (МК 6.4.2017)

26) «А что делать, работать-то нужно...» (МК 6.4.2017)

Личный опыт также встречается в интервью близких жертв теракта. Слова, которыми описывают жертв их близкие, имеют сильное эмоциональное воздействие на публику. В примере 27 об одной жертве ее коллега говорит следующим образом: «*Она хотела помогать людям, облегчать их боль*».

27) «Она хотела помогать людям, облегчать их боль. Причем не только таблетками и уколами. Когда мы проходили практику, она хотя бы парой слов перекидывалась с каждым больным». (МК 6.4.2017)

Как мы обнаружили, риторические приемы многообразно используются в статьях о кризисе. Репортер использует их сам не только в статьях, но и в заглавиях. Простые люди, в том числе близкие жертв, описывают свои чувства, эмоции и, конечно, своих погибших близких с помощью риторических приемов. Как

мы заметили, некоторые риторические приемы используются репортером умеренно для создания определенного контекста, другие являются просто частью обиходной речи.

В следующей главе мы проведем анализ материала из газеты «Московский Комсомолец» во время первой недели сообщения о пожаре в Кемерово. Нами будут представлены те же самые пять риторических приемов, ситуации их употребления и одновременно мы обратим наше внимание на сходства и различия их употребления в этих двух разных кризисных ситуациях.

7.1.2 Пожар 25.3.-26.3.2018 в Кемерово

7.1.2.1 *Метафора*

Как мы определили в предыдущей главе, с помощью метафор, репортер часто описывает само событие, потерпевших и возможных виновных. Метафоры, использованные в этих ситуациях, встречаются также и в сообщении о пожаре в Кемерово. Так как изначально виновник пожара не был установлен, репортер описывал происшедшее с помощью метафор.

В примере 28 пожар описан *«черным воскресением Кемерово»*. В примере 29 репортер описывает русское общество *«незрелым»*. В этом отрывке речь идет о том, что русское общество, то есть простые люди, не умеют требовать достаточных мер безопасности или серьезного исследования после несчастных случаев. Наше внимание остановилось на том, что в сообщении о пожаре, причиной которого не было определенного виновника, фокус сообщения и дискурсы в прессе не были так сфокусированы, как в сообщениях о теракте.

28) «Черное воскресение Кемерово.» (МК 26.3.2018)

29) Наше общество пока так не умеет. «Оно незрелое». (МК 27.3.2018)

В примере 30 мы остановились на метафоре, в которой репортер сравнивает оппозицию «со стихией». Почему репортер делает это сравнение? Для контекста, требуется объяснить, что Тулеев — это губернатор Кемерово, действия которого во время пожара и после него подвергались довольно сильной критике. Возмущение в публике вызвало то, что он не приехал на место происшествия и таким образом не выразил своего соболезнования близким погибших. В примере 30 репортер комментирует интервью Тулеева, в котором губернатор пытается обвинить в происшедшем оппозицию, которая по словам репортера является

мифической или выдуманной. Сравнение оппозиции со стихией в этой ситуации подразумевает, что стихия по характеру – непредсказуемое природное явление, за которое никто не несёт ответственность. Мы считаем, что хотя в этом отрывке использовано слово *как*, которое, по определению Каккури-Кнуутила (Kakkuri-Knuutila 1998: 259), в метафоре не используется, тем не менее, по определению Аристотеля (Aristoteles 1977: 55), путем метафоры предмету дается новое название, что и происходит в данном примере, когда репортер сравнивает оппозицию со стихией.

30) Объяснил Тулеев, зная, что за оппозицию, тем более мифическую, им самим придуманную, — ему ничего не грозит. Поэтому надо все валить на нее. «Оппозиция, она же как стихия». Финансируется из-за рубежа, губернатор за нее не в ответе. (МК 28.3.2018)

В примере 31 использована метафора. В этом примере репортер подводит итоги последствий пожара на пятый день. Репортер описывает то, что происходит в Кемерово как *театр абсурда*, что, по нашему мнению, делает это описание особенно понятным для публики, следившей за новостями в течение всей недели. *Театр абсурда* в данном контексте является, по нашему мнению, описанием поведения властей и чиновников после происшедшего. Репортер в этом случае прямо высказывает свое мнение о том, как себя ведут власти.

31) То, что сейчас происходит в Кемерово, иначе как «*театром абсурда*» не назовешь. (МК 30.3.2018)

Как мы отметили, в сообщении о пожаре репортер описывает с помощью метафор не только качества людей, но и более обширные последствия и действия властей. Нам было интересно заметить, что сообщения о теракте и о пожаре различались особенно тем, что фокус новостей менялся. В случае теракта новости в первые дни состояли из сообщения о теракте и о самом террористе. В случае пожара такого ясного фокуса не было, и по нашему мнению, именно поэтому репортер больше пользовался риторическими приемами для описания своего определения случившегося и своих выводов. В случае пожара не было одного виновника, поэтому репортер мог более свободнее писать о последствиях и действиях властей. Но, по нашему мнению, оба кризиса в итоге получили политический характер и в сообщениях о них можно увидеть политические темы.

7.1.2.2 Аналогия

Как мы определили в главе 7.1.1.2, аналогия является довольно эффективным риторическим приемом для воздействия на публику. В сообщении о пожаре в Кемерово, как мы обнаружили, интересные аналогии встретились в статьях, описывающих последствия произошедшего кризиса. По нашему мнению, все четыре примера аналогий касаются одного дискурса поднятого репортером – плохого или безразличного отношения властей в Кемерово к потерпевшим и их близким. Обратим наше внимание каким образом репортер затрагивает эту тему с помощью использованных им риторических приемов аналогии.

В примере 32 репортер сравнивает *«плохой запах»* с *«запахом кружащих голову денег, наглости и безответности»*. Таким образом публике понятна позиция репортера и его мнение по поводу действий властей в Кемерово. Эта аналогия является, по нашему мнению, очень эффективным приемом воздействия на публику, а также на создание общественного мнения. Репортер не только не скрывает своего мнения по поводу событий, но и создает сильное впечатление, направленное на публику.

32) Там плохой запах. Запах кружащих голову денег, наглости и безответности. (МК 27.3.2018)

В отрывке 33 события после пожара сравниваются со *снежным комом* и также подчеркивается, что все стало *накатываться*. Как мы отметили в главе 7.1.1.2, следуя описанию Перельмана, при употреблении аналогии подчеркиваются одни черты приведенного сравнения, а другие оставляются в стороне. В примере 33 репортер дает сравнение определенных обстоятельств со снежным комом и таким образом подчеркивает эскалацию событий.

33) Потом «как снежный ком все это стало накатываться». (МК 28.3.2018)

Более конкретная аналогия представлена в примере 34. В этом отрывке один из близких потерпевших описывает, как после пожара к ним относятся чиновники, следователи и другие представители власти. Выражение *как кость* дает понять, что близкий чувствует, что разбирательства и объяснения перед близкими чиновникам уже надоели. К ним относятся как к кости в горле, которая не проглатывается, а не дает покою своим присутствием.

34) Мы как кость в горле у всех. (МК 28.3.2018)

35) Эта трагедия стала «лакмусовой бумажкой», которая обнажила долго назревавший нарыв в обществе. (МК 29.3.2018)

В примере 35 аналогия напоминает аналогии в примерах 13 и 14, в которых говорилось о *пятой колонне* и *сакральной жертве*. Как мы раньше установили, такие аналогии требуют от читателя предыдущих знаний. В примере 35 репортер сравнивает трагедию с лакмусовой бумажкой. В химии полоска бумаги, пропитанная лакмусом, используется как индикатор кислотности. В переносном значении это словосочетание используют при описании определения качественного состояния какого-либо объекта или системы. По нашему мнению, эта аналогия является устойчивым выражением, довольно часто используемым в похожих случаях.

7.1.2.3 Сопоставление

Согласно нашему анализу в главе 7.1.1.3. сопоставление можно разделить на три разновидности: сопоставление времени, места и абстрактных элементов. Наш вывод подтвердился также и после анализа материала кризиса в Кемерово. По нашему наблюдению, все случаи сопоставления можно отнести именно к одному из трех определенных случаев.

Сопоставление мест, как мы заметили, часто использующийся риторический прием описания в кризисной коммуникации. По нашему мнению, репортер, сопоставляя трагедию, пытается воздействовать на публику. Пример сопоставления мест представлен в отрывке 36.

36) Одна и та же трагедия снова и снова. У нее бывают разные обстоятельства, она случается в разных уголках страны и на разных объектах — в ресторанах, аквапарках, парках, торговых центрах. Но причина одна и та же всегда. (МК 27.3.2018)

Репортер подчеркивает, что эта трагедия не является уникальной по природе, такие трагедии были и раньше. В примере 37 также сопоставляются разные места и сравниваются их сходства. Трагедию в Кемерово сравнивают с терактом в Беслане, случившемся в 2008 году. Хотя трагедия в Кемерово не была терактом, большинство погибших были маленькими детьми. Теракт в Беслане в 2008 совершили в школе, и в нем погибло 314 людей, из которых 186 были детьми.

37) Бесланские матери восприняли трагедию в Кемерово как свою собственную. (МК 28.3.2018)

Сопоставление времени в примере 38 используется для сравнения пожара в Кемерово и происшедшего 107 лет назад пожара в кинотеатре в селе Бологое.

38) Очень похожая история произошла аж 107 лет назад в Тверской области, когда в селе Бологое вспыхнул пожар в местном кинематографе. (МК 28.3.2018)

Абстрактные приемы сопоставления представлены в примерах 39 и 40. В примере 39 репортер сопоставляет трагедию в Кемерово с американским фильмом «Пункт назначения» и таким образом сравнивает истинную жизнь с фантазией, что является, по нашему мнению, сопоставлением абстрактных элементов. Интересный пример представлен в отрывке 40, в котором не погибшую в пожаре учительницу сопоставляют «живой» и одновременно «виновной». В случае Кемеровского пожара не было умышленного виновника, и, как мы заметили в новостях о произошедшем, репортеры склонны, хоть и непрямым приемом, а легким намеком, определить виновного.

39) Воскресенье снова дало повод вспомнить американский фильм ужасов «Пункт назначения», где в одной из частей люди заживо сгорают в кинотеатре торгового центра. (МК 26.3.2018)

40) Жива – значит, виновна. (29.3.2018)

Как мы обнаружили, оттенок вины был направлен не только на выжившую учительницу, но также на родителей, которые проводили выходной день в торговом центре и на все сообщество. После наших наблюдений, у нас возникло мнение о том, что кризисная коммуникация по своей природе требует «виновника», даже если умышленности в случившейся трагедии не было.

7.1.2.4 Риторический вопрос

После сделанного нами анализа в главе 7.1.1.4 мы определили, что в сообщении о теракте риторический вопрос использовался в большинстве случаев близкими погибших в интервью. Но, как мы заметили в сообщении о пожаре в Кемерово, риторический вопрос использовался в некоторых ситуациях и репортером. По нашему мнению, можно заметить разницу между сообщением о теракте и сообщением о пожаре.

Как мы заметили, одна более обширная тема сообщения о пожаре, состояла в обсуждении того, почему это случилось. На этой основе репортер использует риторический вопрос в примере 41, в котором он поднимает тему максимальной выгоды владельцев торгового центра и безопасности его посетителей. Таким образом репортер задает вопрос *Зачем бизнесу тратиться, когда и без этого можно?*, на который трудно ответить, понимая, что идея бизнеса всегда максимальный доход при минимальных расходах.

41) Но зачем бизнесу тратиться, когда и без этого можно чудесно работать? (МК 27.3.2018)

В примере 42 репортер обсуждает последствия пожара с точки зрения близких погибших. В пожаре погибло много детей, и это несомненно отражается на сообщении о кризисе и на внимании публики к этому событию. По нашему мнению, то, что большинство жертв были детьми, погибшими в пожаре, отражается на том, как о этом пишут репортеры. Именно из-за этого, по нашему мнению, репортеры используют риторические вопросы в отличие от сообщения о теракте, в котором погибли только взрослые. Погибшие в пожаре дети, возможно вызывают больше личной скорби у самого репортера, поэтому он задает такие же риторические вопросы, как родственники погибших. В примере 42 репортер задает следующие риторические вопросы: *Как выразить сочувствие людям, враз потерявшим все?*, *Как им жить дальше, представляя своих детей, задыхающихся в темноте?*. Эти вопросы задает каждый, кто читает о случившемся и не знает, что на это можно ответить.

42) Как выразить сочувствие людям, враз потерявшим все? Как им жить дальше, представляя своих детей, задыхающихся в темноте? (МК 27.3.2018)

В примере 43 один из родителей рассказывает о том, что он был на телефонной связи со своими детьми и женой и слышал, как они умирали в пожаре. Свое горе он выражает риторическим вопросом *Как с этим жить?*. Мы можем отметить, что риторический вопрос часто используют как прием проявления эмоций, которые трудно выразить иначе. Особенно в кризисных ситуациях, многие сталкиваются с эмоциями и чувствами, которые не переживали раньше, причиной которых является внезапная смерть близкого человека. В таких ситуациях это не только кризис для сообщества, но личная трагедия и кризис для каждого из близких жертвы.

43) Я слышал в телефоне, как они умирали. Как с этим жить? (МК 28.3.2018)

В примере 44 близкий жертвы пытается понять непонятное и задает риторический вопрос *Разве это правильно?*. Конечно, на пятый день после пожара, когда стали известны обстоятельства случившегося и выяснилось количество жертв и то, что большинство из жертв – маленькие дети, вопрос «разве это правильно» возникает у всех, в том числе у публики.

44) Разве это правильно? (29.3.2018)

7.1.2.5 Личный опыт

Личный опыт, как мы определили в главе 7.1.1.5, часто используется в сообщении о кризисе. Личный опыт может быть описанием произошедшего одним из жертв или его близких, а также личным опытом репортера. В примере 45 женщина, которая спаслась из пожара, рассказывает о событиях, начиная с фразы: «все происходило на моих глазах». Используя личный опыт и прямые цитаты тех, кто был на месте происшедшего, репортер рисует подробное описание кризиса, в которое трудно не верить.

45) Все происходило на моих глазах — в это время я сидела на диванчике напротив. Пожар разгорелся за считанные секунды. Повалил дым, началась паника, — рассказала «МК» Юлия, которая во время ЧП находилась в торговом центре с тремя детьми и мамой. (МК 26.3.2018)

Как мы заметили, с помощью личного опыта, репортер может не только передавать события, но продуманно выбранными отрывками из личного опыта потерпевших критиковать действия чиновников. Пример в отрывке 46, где очевидец критикует действия спасателей во время пожара, публика убеждается в недостаточности эффективных действий во время кризиса. Как мы отмечали раньше, личный опыт трудно оспорить, поэтому он является очень убедительным приемом, используемым в прессе.

46) Никакой звуковой сирены не было. Да и людей никто не торопился выводить. Ничего этого организовано не было. Охранники сами ломанулись к выходу, сметая всех на своем пути. (МК 26.3.2018)

В примере 47 с помощью личного опыта представлены действия сотрудников торгового центра, а также спасшихся людей. В этом отрывке очевидец рассказывает о бездействии сотрудников. Конечно, личный опыт является довольно

субъективным приемом убеждения, но, по нашему мнению, в сообщении о кризисе он становится особенно эффективным, так как сильно действует на эмоции публики.

47) Мы пытались подсказать сотрудникам, где пожарные выходы, как лучше дойти до кинозала. Но нас не слушали. Вместо этого они подогнали вышку и начали заливать здание сверху. А наши дети находились в этом бетонном кубе почти без окон... (МК 27.3.2018)

48) Выхожу на улицу. Ни души. Поселок будто одичал. Даже в магазине людей нет. (МК 30.3.2018)

В отрывке 48 репортер через личный опыт описывает свои впечатления о поселке, который потерял много школьников в пожаре. Как мы заметили, в новостях о теракте репортеры не пользовались личным опытом. Личный опыт состоял из интервью потерпевших и их родных. В сообщении о пожаре репортеры больше опирались свой личный опыт: они ездили не только на место происшествия, но и окружающие места, где наблюдали как с трагедией справляются семьи погибших.

В следующей главе мы проведем вторую часть нашего анализа с помощью теории Хухтала и Хакала. Как мы заметили в первой части нашего анализа, все пять риторических приемов используются в сообщении и того, и другого случая. Теперь мы попытаемся определить с помощью более целостного анализа возможные различия в кризисном сообщении о теракте и пожаре.

8. Литературные жанры в новостях о кризисе

Выше мы исследовали риторические приемы, которые являются эффективными методами сообщения в отдельных статьях, описывающих разные по характеру кризисы. Как мы заметили в ходе нашего анализа, все риторические приемы использованы параллельно, и мы не увидели значительной разницы в употреблении определенных приемов. Поэтому мы проведем вторую часть анализа с помощью данной теории и таким образом попытаемся найти ответ на вопросы нашего исследования.

В этой главе мы обратим внимание на сообщение газеты о кризисе за неделю. Мы сделаем анализ того, каким образом репортер создает начало, середину и конец сообщения о кризисе. Мы проанализируем, как изо дня в день меняется стиль сообщения. Для анализа мы остановим наше внимание на четырех литературных жанрах, которые Хухтала и Хакала (2007: 37) определяют как приемы построения кризисной коммуникации в СМИ.

8.1 Эпический жанр

Эпический жанр состоит из типичного повествования в новостях, в которых журналист сообщает о случившемся (Huhtala & Nakala 2007: 36). В эпическом жанре журналист следит за происшедшим событием в реальном времени и сообщает об этом в своем репортаже. В эпическом жанре журналист является наблюдателем, потому что он только сообщает о случившемся, но не является участником событий (там же).

Отдаленность журналиста при сообщении об экстремальной ситуации придает новостям объективный и надежный вид. В эпическом жанре журналист выстраивает картину кризиса, для иллюстрации часто включаются интервью потерпевших. Главная цель эпического жанра – дать ответ публике, почему произошла именно эта кризисная ситуация. Типичным примером эпического жанра является сообщение о цунами в 2004 году, когда в финских газетах писали о скорости волны и о числе жертв, но актуальную информацию не сообщали. (Huhtala & Nakala 2007: 36–37.)

Эпический жанр, как мы заметили, был использован в первый день сообщения о теракте. Согласно Хухтала и Хакала (там же), эпический жанр является

типичным приемом новостей, так как с его помощью публике сообщают что и когда случилось. В Московском Комсомольце от 4.4.2017 мы нашли две статьи эпического жанра. В первой статье под заголовком «В Питере – Смерть», репортер дает подробное поминутное описание хода действий после теракта, начиная с 15 часов и кончая 17.30. Данным описанием репортер объективным приемом сообщает о теракте. Эпический жанр, как его описывают Хухтала и Хакала (там же) мы определили в «МК» от 4.4.2017 в таблице под названием «Теракты в Метро», в которой перечислены все случившиеся теракты в Российском метро начиная с 1977 года. В таблице объявлены дата, место, число погибших, число пострадавших, прием и устроитель теракта. Эпический жанр, по нашему мнению, больше не был использован при сообщении о теракте в нашем материале.

В сообщении о пожаре в Кемерово эпический жанр, как мы заметили был использован также в первой газете через день после происшествия. В «МК» от 26.3.2018 в статье под названием «Черное воскресенье Кемерово» сообщается о случившемся, но в отличие от сообщения о теракте в метро описание событий в Кемерово передается словами одной из жертв оставшейся в живых. В «МК» от 27.3.2018 с помощью эпического жанра перечислены крупнейшие пожары в России с человеческими жертвами. В этой таблице перечислены число погибших, дата, место, причина пожара, виновные и их наказание.

Как мы заметили, эпический жанр был мало использован в обоих случаях при описании кризиса и только в первые дни сообщения о происшедшем. По нашему мнению, причиной малого употребления эпического жанра является особенность кризисной коммуникации. Кризис – это трагедия, которая в обоих случаях имела смертельные жертвы. Репортер не может в таких ситуациях сообщать о происшедшем отдаляясь от публики. В таких ситуациях успешное сообщение о кризисе, даже новостной репортаж, требует откровенности и эмоций от репортера, поэтому мы считаем, что эпический жанр не может быть самым употребительным жанром сообщений о такого типа новостях.

8.2 Драматический жанр

В новостях и сообщении о несчастных случаях чаще всего используется драматический жанр. Этот жанр стремится ответить на классические вопросы новостей: что случилось, где, как, когда и с кем. (Huhtala & Nakala 2007: 37.) В отличие от эпического жанра в драматическом жанре личность автора хорошо заметна в сообщениях о кризисе (там же).

По нашему мнению, большинство заголовков написаны в драматическом стиле. К примеру, в «МК» от 4.4.2017 главный заголовок на первой странице – «В ПИТЕРЕ – СМЕРТЬ». Заголовок написан полностью большими буквами, которые выделены красным цветом. Этот заголовок тремя словами отвечает на вопросы где и что. Конечно, более подробно о теракте пишется в самой статье, но этим драматическим приемом привлечено, по нашему мнению, внимание публики.

В драматическом жанре есть только один уровень, на котором автор находится вместе с потерпевшими и жертвами. Автор переживает и страдает в кризисной ситуации вместе с публикой. В драматическом жанре используются самые последние фотографии, с помощью которых публике легче получить контакт с жертвами и выразить соболезнование. (Huhtala & Nakala 2007: 37.) Сейчас пресса часто использует в сообщении о кризисе фотографии тех, кто находились на месте происшедшего. В современном мире технологий у всех есть мобильный телефон в кармане и мы можем в реальном времени посылать фотографии, видео и сообщения с места трагедии. В обоих случаях так делали жертвы и потерпевшие и многие такие фотографии оказалась на первых страницах «МК». На иллюстрации 1 нечеткая фотография, которую сделал один из потерпевших после теракта в Санкт-Петербурге. Эта фотография появилась на первой странице «МК».



Иллюстрация 1, МК 4.4.2017

В сообщении о пожаре в «МК» от 26.3.2018 на первой странице тоже использована сделанная издалека фотография очевидца (Иллюстрация 2). На этой фотографии изображен отчаянный поступок одной из жертв пожара, которая решила выпрыгнуть из горящего помещения. Эти непрофессиональные фотографии, как мы заметили, составляют важную часть строения драматического жанра. Согласно Хухтала и Хакала (2007: 37) свежие фотографии, сделанные на месте происшествия очевидцами, создают у публики впечатление, что все происходит в настоящем времени.



Иллюстрация 2, МК 26.3.2018

Для заголовков и подписей в драматическом жанре часто используются прямые цитаты потерпевших. С помощью этого стремятся дать понять, что это все случилось здесь и сейчас. Свежие фотографии, цитаты жертв и личный подход автора сильно влияют на публику, и такой способ кризисной коммуникации становится похож на кинофильм. (там же.)

Цитаты, как мы заметили, были использованы во многих заголовках при описании обоих кризисов. К примеру, в «МК» от 5.4.2017 статья, в которой описывали террориста, начиналась прямой цитатой его соседа: *«Акбар предлагал отрезать руку вору»*. В «МК» от 27.3.2018 на первой странице звучит последнее сообщение одной из погибших в пожаре школьниц: *«Я вас люблю. Всех. Возможно прощайте»*. Эффективность цитат и причина их использования в кризисной коммуникации, состоит, по нашему мнению, в том, что они являются аутентичными. Публика их не оспаривает, и таким образом с помощью цитат репортеру можно легче убедить публику.

Похожую силу убеждения имеет использование личного опыта в новостях и кризисной коммуникации. Личный опыт был исследован нами уже выше в качестве риторического приема, но личный опыт выявлен Хухтала и Хакала (2007:

37) в качестве одного из свойств драматического жанра. Мы заметили, что особенно в сообщении о пожаре личный голос и мнение репортера были больше видны в статьях. В отличие от сообщений о теракте личный голос репортера не звучал так явно — здесь было больше интервью официальных лиц и чиновников. По нашему мнению, причиной этой разницы был характер трагедии. С самого начала сообщения теракта в метро подчеркивался его политический характер. В сообщении о пожаре политического мотива трагедии изначально не было и фокус новостей был сделан на ужасной трагедии и человеческом горе. Мы считаем, что такая тема требует более личного подхода от репортера.

В итоге, наш анализ материала подтвердил то, что драматический жанр является самым используемым жанром сообщения о кризисе. Этот жанр был использован в большинстве статей при описании обеих трагедий. Этот жанр, по нашему мнению, является самым эффективным приемом воздействия на публику.

8.3 Лирический жанр

Описывая выше драматический жанр, мы говорили об одном уровне, одной сцене кризиса, как это определяют Хухтала и Хакала (2007: 38). В лирическом жанре этот уровень и эта сцена становятся менее громкими. В лирическом жанре использованные фотографии выражают тишину и одиночество (там же). Только тихие слезы жертв, цветы на земле и свечи часто встречаются в СМИ при использовании лирического жанра (там же). Пример фотографии лирического жанра представлен на иллюстрации 3. На этой фотографии из «МК» от 5.4.2017 изображены слезы, цветы, свечи и один плачущий человек.



Иллюстрация 3, МК 5.4.2017

Иллюстрации 4 -- еще один пример фотографии лирического жанра при сообщении о пожаре. На этой фотографии мать погибшего ребенка плача обнимает маленький белый гроб. На фоне этого масса людей тихо плачет, склонив головы. Лирический жанр, согласно Хухтала и Хакала (там же), передает публике чувства жертв и потерпевших. Особенно в этом жанре, репортер пытается создать гармонию фотографий, заголовков и статьей.



Иллюстрация 4, МК 29.3.2018

В этом жанре статьи не заполняют фактами, как это делают в эпическом жанре, или цитатами жертв, как в драматическом жанре. Статьи лирического жанра более гармоничны, в них часто используется курсивный шрифт, отрывок стихотворения или последние слова жертв (Huhtala & Nakala 2007: 38). Как мы определили, лирический жанр используется не в первый день после произошедшего. Его используют позже, к примеру в «МК» от 28.3.2018 статья начинается последними словами одной жертвы *«Все, вы уже ничего не успеете»*.

Лирический стиль используется обычно не сразу после происшедшего, а спустя некоторое время. Задача лирического жанра – ответить на вопрос, какие чувства вызывает случившееся у тебя. (там же). Этот жанр играет, по нашему мнению, важную роль в том, как публика и сообщество могут смириться со случившейся трагедией.

8.4 Дидактический жанр

Дидактический жанр в некотором роде напоминает эпический. В нем автор тоже является лишь посторонним наблюдателем, задача которого объективно и без лишних эмоций сообщить о случившемся. Особенность дидактического жанра в

отличие от других жанров в том, что в нем автор не только журналист, но и учитель (Huhtala & Nakala 2007: 39).

Примером дидактического жанра, по нашему мнению, является статья в «МК» от 6.4.2017, написанная редактором отдела репортажей под заголовком *«Правила хорошей скорби»*. В этой статье редактор обсуждает поведения людей после теракта и делает некоторые заключительные выводы. В «МК» от 29.3.2018 статья под заголовком *«Как пережить то, что пережить невозможно»*. В этой статье пожар в Кемерово сравнивается с терактом случившимся в Беслане в 2004 году. В обоих случаях большинство жертв - маленькие дети. Как мы заметили, дидактический жанр используется последним по времени из всех жанров. Мы считаем, что с помощью дидактического жанра репортер дает публике понять, что жизнь продолжается и после трагедии. Сравнения со старыми трагедиями напоминают публике, что подобное случалось и раньше и это можно пережить и даже забыть.

В дидактическом жанре роль автора как учителя видна в том, что при сообщении о случившемся он передает публике информацию о том, как все произошло, а читатель получает в дидактическом жанре роль ученика (там же). Задача читателя в этом жанре смириться с объяснениями и данными автором аргументами, а также участвовать в обдумывании причины кризиса. Дидактический жанр отвечает на вопрос, чему мы научились (Huhtala & Nakala 2007: 39).

Конечно, эти жанры могут быть использованы одновременно, хотя мы заметили определенный порядок в их использовании. Как отмечают Хухтала и Хакала (2007: 40), СМИ не пользуются линейным приемом представления.

9. Результаты исследования

Целью нашего исследования являлся анализ языка СМИ в кризисных ситуациях с помощью риторического анализа. Для нашего анализа мы выбрали два разных кризиса и собрали наш материал из газеты «Московский комсомолец», диапазон дат в обеих ситуациях представлял неделю после произошедшего кризиса.

В «МК» в качестве сообщений о теракте за период времени 4.4.2017-7.4.2017, который мы установили в качестве диапазона исследования, было найдено 25 статей и 35 фотографий. Новости о теракте каждый день появлялись на обложке газеты. Из этого материала мы выбрали 27 примеров с использованием риторических приемов, которые мы проанализировали с помощью риторического анализа. О пожаре в Кемерово в «МК» за период 26.3.2018-30.3.2018 было опубликовано 37 статей и 62 фотографии. Из этого материала мы выбрали для нашего анализа 21 пример использования риторических приемов. Новости о пожаре тоже каждый день появлялись на обложке газеты «МК». Разница в количестве статей и фотографий в этих случаях нас удивила, так как наша гипотеза состояла в том, что теракт больше освещается в новостях. Но, как мы заметили, статей о пожаре было больше, но их содержание, тематика и стиль отличались от статей о теракте. Значительной разницы в использованных риторических приемах мы не заметили. Все пять риторических приемов встретились нам в обоих случаях в нашем материале. При более подробном анализе мы заметили, что причина кризиса не влияет на употребление индивидуальных риторических приемов. Влияние заметно в более обширных темах сообщения.

Наш анализ состоял из двух частей. В первой части методом нашего исследования являлся риторический анализ в рамках теории Хайма Перельмана. В этой части нашего анализа мы рассмотрели 5 разных риторических приемов: метафору, аналогию, риторический вопрос, сопоставление и личный опыт. Наше внимание остановилось на исследовании того, в каких случаях репортер употребляет эти приемы в статьях о кризисной ситуации, мы также пытались определить более обширные темы кризисной коммуникации в обоих случаях. Мы выбрали для нашего анализа именно эти 5 приемов, потому что, по нашему мнению, они достаточно многообразны для нашей цели исследования.

Вторая часть нашего анализа опиралась на теорию, представленную в книге Хухтала и Хакала «Kriisi ja viestintä», в которой описано 4 разных литературных

жанра и их использование на разных стадиях сообщения о кризисе в новостях. Этот анализ помог нам более глубоко понять строение новостей в кризисной коммуникации, чем это можно было определить с помощью риторического анализа. Таким образом, мы смогли ответить на наши вопросы исследования более полно. В этой главе мы рассмотрели результаты нашего анализа и попытались объединить использованные риторические приемы с найденными нами темами и сделать наши предположения о том, каким образом их используют в кризисной коммуникации.

Теперь мы перейдем к рассмотрению результатов нашего анализа и представим наши наблюдения. Первый вопрос, на который мы хотели найти ответ, обозначен ниже.

- 1) *Влияет ли причина кризиса (политическая/несчастный случай) на то, какие риторические приемы СМИ использует при сообщении о нем?*

После предварительного анализа нашего материала мы заметили, что новости о теракте и пожаре имеют некоторые различия. Это стало одной из наших гипотез. К нашему удивлению одно различие состоит в том, что количество статей и фотографий о пожаре было больше, чем о теракте. Конечно, на это могло повлиять то, что теракт произошел в понедельник в 15 часов, и первые новости о нем появились только на следующий день. Пожар начался в воскресенье, и его гасили весь понедельник, но новость о пожаре была на обложке уже в понедельник. Нам было интересно заметить, что новостей о теракте было больше в первые дни после происшедшего, и количество стало уменьшаться к концу недели. О пожаре в первые дни было меньше новостей, чем к концу недели.

Как мы заметили, в обоих случаях темой новостей стала «трагедия» и оба случая можно характеризовать как кризисные коммуникации. После общего анализа, мы получили подтверждение нашей гипотезы о том, что стиль новостей и сообщений в этих двух случаях различается, хотя мы обнаружили и много сходства. Новости о пожаре в Кемерово с самого начала фокусировались больше на жертвах и их близких. В новостях было много фотографий жертв, описаний их жизни и множество трогательных статей о скорби их близких и родственников. Еще одна разница состояла в том, что в случае Кемерово было заметно меньше интервью официальных лиц, объясняющих причины пожара. Мы

определили, что основная разница в этих двух случаях, состояла в рамках строения дискурса сообщения. В сообщениях о теракте был один ясный виновный – террорист, а в сообщениях о пожаре умышленного преступления не было, и это было ясно видно в том, как репортер сообщал об этих кризисах.

По нашему мнению, террорист и политическая причина совершённого теракта установили рамки новостей и кризисной коммуникации, в том числе темы сообщения об этом случае. Пожар в Кемерово был несчастным случаем, и, хотя начальство и охранников торгового центра судили в уголовном суде за небрежность, у репортера были больше выбора в отношении того, как сообщать об этом кризисе. Когда одного ясного виновника нет, «виноватых» искали повсюду. По нашему мнению, о пожаре и его причинах рассуждали больше, чем о теракте. Городское начальство Кемерово, финансист торгового центра и даже спасшиеся от пожара родители и учителя, были представлены виновниками пожара и осуждались за смерть детей во многих статьях. Поднималась тема зрелости русского общества, и репортер задавал вопросы, почему возможны такие ужасные трагедии. Таких тем в новостях о теракте не было, авторы больше задавались вопросом, как это повлияет на действия правительства в будущем. Это подтвердило нашу гипотезу, так как мы предполагали, что фокус новостей о теракте будет связан с его политическими последствиями. В сравнении сообщений о теракте и пожаре погибшие в теракте остались скорее на заднем плане. Трудно определить причину этого, мы предполагаем, что на это возможно повлияло не только большое количество жертв погибших в пожаре, но и то, что большинство погибших были детьми.

Одной из главных тем новостей о теракте стало присутствие в это время президента Путина в городе, и во многих статьях рассуждали о том, что президент мог погибнуть в теракте. Таким образом подчеркивался политический характер. Вероятность того, что президент мог бы быть в метро в момент теракта, по нашему мнению, была минимальна, но такая возможность подчеркивает серьезность влияния теракта не только на погибших, но также на все общество. Рассуждения о том, что даже президент мог погибнуть в теракте, подчеркивает логику коммуникации СМИ в случаях политических кризисов. По нашему мнению, репортер фокусирует внимание публики на том, что никто из нас не может надеяться на свою безопасность, в чем, по нашему мнению, виден политический мотив.

Сходства в сообщениях об обоих кризисов мы заметили и в том, что публике напоминали о ранее происшедших терактах и пожарах. Таким образом, репортер в какой-то мере, по нашему мнению, преуменьшал уникальный характер произошедшего. В сравнение с другими терактами и пожарами можно также увидеть прием отвлечения внимания публики от произошедшего. Но, по нашему мнению, влияние на публику строилось по-разному в этих ситуациях. В сообщениях о пожаре публике предлагалось больше понимания того, что жертвы, погибшие в пожаре, были просто в неправильное время в неправильном месте. По нашему мнению, теракт освещали в новостях как более серьезную угрозу для всех. Интересно было заметить, что в обоих случаях волна новостей о произошедшем закончилась к концу недели. Оба кризиса произошли в начале недели, и к концу недели подвели итоги обоих событий.

Первый вопрос нашего исследования стремился найти ответ на то, влияет ли причина кризиса на то, какими риторическими приемами пользуется репортер. После проведенного нами анализа и на основе нашего материала, мы можем констатировать, что четкой разницы в употреблении определенных риторических приемов мы не нашли. Все пять риторических приемов были использованы в обоих случаях. Мы не обнаружили заметной разницы в том, как использовались риторические приемы.

В ходе нашего анализа мы заметили, что разница в сообщении о теракте и пожаре состояла в более широких дискурсах и темах, которые репортер создавал с помощью риторических и других приемов. Мы считаем, что риторические приемы – это скорее приемы поддержки больших тем, выбранных ритором. В этой дипломной работе такими темами стали вопросы о политических последствиях теракта или о том, кто понесет вину за гибель детей в кемеровском пожаре. Одна, еще более заметная разница, которую мы выявили, была связана с тем, что в случае с Кемерово репортер больше пользовался личным опытом, тогда как в сообщениях о теракте личного опыта репортера не было заметно. Эта разница подтверждает разницу между характером этих кризисов, как мы это уже описывали выше. Теракт – это политический кризис, о котором в газетах говорят официальные лица и специалисты. Пожар – это несчастный случай, и о нем можно писать и сообщать более свободно, поэтому репортеры больше ездили на место происшествия и описывали свои впечатления.

Второй вопрос нашего исследования был следующим:

- 2) *Можно ли установить сходства в использованных риторических приемах или в литературных жанрах, которые медиа используют при сообщении о разных кризисах?*

Вторая часть нашего анализа состояла из общего анализа нашего материала, в котором мы опирались на книгу Хухтала и Хакала и на представленную ими теорию четырех литературных жанров, которые используют в новостях сообщения о кризисе. Мы причисляем данные литературные жанры также к риторическим приемам. После проведенного нами анализа в первой части мы заметили, что требуется добавочный метод анализа для более целостного понимания нашего исследования. Эпический, драматический, лирический и дидактический жанры, по описанию и теории Хухтала и Хакала, используются во всех случаях кризисной коммуникации в определенном порядке. Таким образом, репортеры строят начало, середину и конец сообщения кризисной ситуации.

Как мы заметили, риторический анализ, проведенный нами в первой части, исследовал риторические приемы только на уровне отдельных статей. Хотя мы смогли определить некоторые сходства и манеры употребления определенных риторических приемов, мы не смогли найти достаточно обоснованные ответы на вопросы нашего исследования, в том числе влияет ли причина кризиса на использованные в сообщениях риторические приемы. После нашего анализа мы убедились, что риторические приемы являются существенным приемом построения кризисной коммуникации, в том числе в новостях. То, почему определенные риторические приемы используют в определенных ситуациях, остается темой дальнейшего исследования.

По нашему мнению, исследование кризисной коммуникации и сообщений о кризисе в новостях требует более целостного анализа, чем мог предложить риторический анализ. Кроме этого, мы считаем, что подход и строение вопросов исследования этой темы должны учитывать больше социального и политического контекста, чем мы могли использовать в рамках этой дипломной работы. Во второй части нашего анализа с помощью теории Хухтала и Хакала мы попытались прийти к более целостным выводам нашего исследования.

После второй части нашего анализа, мы пришли к выводу, что новости кризисной коммуникации соблюдают определенный порядок и схему, независимо от причины случившегося. В первые дни после происшедшего репортер использует эпический и драматический стиль, стремясь привлечь интерес и внимание публики, а также сообщить о том, что произошло. Со временем внимание публики теряется, и требуются новые приемы, чтобы его привлечь. Поэтому стиль меняется на лирический, а в конце жизненного цикла сообщения о кризисе на дидактический.

Таким образом, опираясь на выполненный анализ, мы сделали вывод, что кризисная коммуникация поддерживает определенную схему и порядок сообщений. Более подробный анализ показал, что каждая кризисная ситуация имеет уникальный характер и требует индивидуального подхода от репортера, который учитывает уникальность обстоятельств. В Кемерово уникальность обстоятельств состояла в том, что большинство погибших были маленькими детьми. Это было причиной объявления в стране дня траура.

Все это поддерживает нашу гипотезу, что на стиль и описание кризиса влияют общественные, социальные и политические факторы. Поэтому мы не можем исследовать такую тему только с помощью приемов риторического анализа. Выводом нашей работы является то, что наше исследование требует дополнительных методов исследования, а именно тематического или дискурсивного анализа.

10. Заключение

В этой дипломной работе мы исследовали кризисную коммуникацию в русских медиа и СМИ. Русскоязычной научной исследовательской литературы на эту тему мало, поэтому тема нас заинтересовала. Мы начали нашу работу с теоретического обзора кризисной коммуникации, а также установили исторический контекст русских медиа и СМИ после развала СССР. На западе русские СМИ не считаются свободными, в них подозревают сильное государственное управление. В России западные медиа считают проводником интересов бизнеса и коммерческих устремлений. Эти заостренно враждебные взгляды дали довольно интересный фундамент для нашего исследования. Материалом нашего анализа стала русскоязычная газета, теоретическая часть состояла из литературы и теорий западных ученых.

С помощью исторического контекста мы хотели создать более обширное понятие о том, как действуют русскоязычные медиа и СМИ, из которых мы выбрали материал для нашего анализа. Нужно отметить, что сильного политического оттенка в сообщениях о кризисе мы не установили, что противоречит нашей первоначальной гипотезе. Однако в сообщениях о теракте был больше политических оттенков, что мы и предполагали. Хотя мы заметили, что политические вопросы были заметны в обеих ситуациях, особенно когда в новостях подводили итоги и репортер задавал вопрос, как будем жить дальше. По нашему мнению, кризисные ситуации, приводящие к смертельным жертвам, всегда имеют политический характер, так как они затрагивают все общество. В новостях такого рода взгляд общества часто поворачивается к вопросам или требованиям в сторону официальных лиц и политиков. Изначально публика хочет знать, почему это случилось, после этого возникает вопросы, как такое можно предотвратить и кто это может сделать.

Риторический анализ оказался недостаточным методом исследования этой темы, так как с его помощью было невозможно проводить достаточно общий анализ материала. Поэтому мы взяли также теорию Хухтала и Хакала, с помощью которой смогли ответить более полным образом на вопросы нашего исследования.

В итоге мы хотим сказать, что тема нашего исследования требует более точных ответов: как мы уже констатировали, использование других методов

исследования в дополнение к риторическому анализу. Возможным методом углубления нашего исследования может быть рамочный анализ, с помощью которого можно глубже исследовать общественные причины кризисной коммуникации и ее воздействия на сообщество. Это является следующим шагом нашего исследования.

Список использованной литературы

Источники

- АННЕКОВА 2012: Аннекова, И. Место Риторики в зарубежной и отечественной филологии. *Филология: научные исследования*. № 2. с. 5-24.
- ВОЛОДИНА 2003: Володина М. Н. Язык СМИ – Основное средство воздействия на массовое сознание. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие*. Отв. ред. М. Н. Володина. Издательство Московского университета 9–32.
- ВОЛКОВ 2003: Волков А. А. Филология и риторика массовой информации. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие*. Отв. ред. М. Н. Володина. Издательство Московского университета 50–65.
- ГРИГОРЬЕВА 2003: Григорьева О. Н. Публицистический стиль в системе функциональных разновидностей языка. *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие*. Отв. ред. М. Н. Володина. Издательство Московского университета 167–181.
- ЗАСУРСКИЙ 2004: Засурский, Я. *Искушение свободой. Российская журналистика 1990-2004*. Москва, Издательство МГУ.
- КАЙДА 2005: Кайда Л. Г. Позиция автора в публицистике. Стилистическая концепция. *Язык современной публицистики. Сборник статей*. Сост. Г. Я. Солганик. М.: Флинта: Наука 58–67.
- ПРОНИНА 2015: Пронина К. К. *Освещение экстремальных событий в российской прессе (по материалам изданий «Российская газета» и «Русский репортер»* Огарев-Online 19 (<http://cyberleninka.ru/article/n/osveschenie-ekstremalnyh-sobytiy-v-rossiyskoy-presse-na-materiale-izdaniy-rossiyskaya-gazeta-i-russkiy-reporter>.) (Прочитано 20.01.2017)
- СОЛГАНИК 2005: Солганик Г. Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ). *Язык современной публицистики. Сборник статей*. Сост. Г. Я. Солганик. М.: Флинта: Наука 13–31.
- СОЛГАНИК 2012: Солганик Г. Я. Язык политики, язык СМИ (газеты) и литературный язык. *Язык СМИ и политика*. под. ред. Г. Я. Солганика. Издательство Московского университета. Факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 245–262.
- ШАБАЛИНА 2011: Шабалина, Е. Числительные в Русской политической фразеологии: пятая колонна и пятая графа. *Политическая коммуникация № 1*. с. 189-192.
- ШАТИН & СИЛАНТЬЕВ 2019: Шатин Ю. В., Силантьев И. В. Новая риторика Х. Перельмана и приемы риторической аргументации в работах А. Пуанкаре. *Критика и семиотика*. 392-401.

- ARISTOTELES 1977: Aristoteles. *Runousoppi*. Helsinki. Otava
- ARISTOTELES 2012: Aristoteles. *Retoriikka*. Helsinki. Gaudeamus.
- ARUTUNYAN 2009: Arutunyan, A. *The Media in Russia*. Maidenhead. England: McGraw-Hill Education.
- BOIN 2005: Boin, A. *The Politics of Crisis Management: Public Leadership Under Pressure*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- EEMEREN 2014: Eemeren, van F. *Handbook of argumentation theory*. Dordrecht. Springer.
- FREEDMAN 2008: Freedman, D. *The Politics of Media Policy*. UK: Polity Press.
- HUHTALA & HAKALA 2007: Huhtala, H., Hakala, S. *Kriisi ja viestintä. Yhteiskunnallisten kriisien johtaminen julkisuudessa*. Helsinki: Gaudeamus.
- JOKINEN 2016: Jokinen, A. *Diskurssianalyysi: teorian, peruskäsitteet ja käyttö*
- KAKKURI-KNUUTTILA 2011: Kakkuri-Knuuttila, M. *Argumentti ja Kriittinen Luke-misen, keskustelun ja vaikuttamisen taidot*. Helsinki. Gaudeamus.
- KORPIOLA 2011: Korpiola, L. *Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa*. Kuopio: Infor.
- LUOSTARINEN 2014: Luostarinen, H. Irti Venäjästä, kapitalismista ja pomoista. *Journalistin vapaus*. toim. Luostarinen, H., ja Raittila, P., Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET. Tampere: Vastapaino, 15-46.
- PERELMAN & OLBRECHTS-TYTECA 1971: Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L. *The new rhetoric: a treatise on argumentation*. Notre Dame: University of Notre Dame Press. 2nd pr. (Оригинал: *Traité de l'argumentation: la nouvelle rhétorique*)
- PERELMAN 1996: Perelman, Chaïm. *Retoriikan valtakunta*. Tampere: Vastapaino. (Оригинал: *L'empire rhétorique*)
- RAITILTA 1996: Raittila, P. *Uutinen Estonia. Kriisiviestintä ja journalismin etiikka koetuksella*. Vammala: Tampere University Press.
- ROUDAKOVA 2017: Roudakova, N. *Losing Pravda: ethics and press in post-truth Russia*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- SELLNOW & SEEGER 2013: Sellnow, T. Seeger, M. *Theorizing Crisis Communication*. Oxford, UK, A John Wiley & Sons, Ltd., Publication
- SILVERSTONE 2011: Silverstone, R. *Mediating Catastrophe. September 11 and the crisis of the other. Journalism after September 11*. Great Britain: Routledge 2nd edition 75-81.
- ZAREMBA 2015: Zaremba, A. *Crisis Communication: Theory and Practice*. Great Britain: Routledge.

Словари

Collins Dictionary: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/perestroika> (19.11.2019)

БТСРЯ = *Большой толковый словарь русского языка*. Гл. ред. С. А. Кузнецов, 2014 (<http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/>).